

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

REBECA BORGES SILVA

CONEXÕES NEGRAS

Diagnóstico da demanda de jovens mulheres negras do Distrito Federal pela criação de uma plataforma digital sobre mercado de trabalho, capacitação e empreendedorismo

BRASÍLIA

2020

Rebeca Borges Silva

CONEXÕES NEGRAS

Diagnóstico da demanda de jovens mulheres negras do Distrito Federal pela criação de uma plataforma digital sobre mercado de trabalho, capacitação e empreendedorismo

Memorial apresentado ao curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília como exigência para obtenção do título de Bacharela em Jornalismo.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Dione Oliveira Moura

BRASÍLIA

2020

Rebeca Borges Silva

CONEXÕES NEGRAS

Diagnóstico da demanda de jovens mulheres negras do Distrito Federal pela criação de uma plataforma digital sobre mercado de trabalho, capacitação e empreendedorismo

Memorial apresentado ao curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília como exigência para obtenção do título de Bacharela em Jornalismo.

Brasília, 16 de dezembro de 2020

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Dione Oliveira Moura (chefe da banca)

FAC/UnB

Prof.^a Dr.^a Katia Maria Belisário (titular)

FAC/UnB

Prof.^a Dr.^a Kelly Tatiane Martins Quirino (titular)

FAC/UnB

Prof.^a Dr.^a Rafiza Varão (suplente)

FAC/UnB

Às que vieram antes de mim, abrindo portas,
quebrando barreiras e permitindo que eu siga
minha trajetória.

AGRADECIMENTOS

Aos ancestrais, que abriram espaço para que eu pudesse trilhar meu caminho e estar aqui hoje.

Alessandra Borges Silva, antes mesmo de nascer, já guerreava contra as injustiças, o racismo, a desigualdade e toda a dureza que o mundo impõe às mulheres negras. Mãe, obrigada por me ensinar tanto — às vezes com pouquíssimas palavras, mas sempre com um olhar potente e um coração puro.

Paulo Roberto de Jesus Silva me ensinou a nunca desistir dos meus sonhos. Pai, obrigada por todos os livros lidos para mim antes de dormir durante a infância, que despertaram o meu amor pelas palavras. Agradeço também pelas frases de incentivo, pelas piadas que tornam os dias difíceis mais leves e pelo amor incondicional.

Rafaela Borges Silva e Roberta Borges Silva são as maiores companheiras que tenho. Irmãs, obrigada por me ensinarem o verdadeiro significado de amizade e parceria. Sem vocês, eu certamente não teria finalizado este projeto.

Agradeço a Raíto Santana, pelo companheirismo, consolo, auxílio, carinho e amor em todos os momentos — dos tempos mais felizes aos mais difíceis. Obrigada por tudo.

Também agradeço imensamente à Professora Dra^a Dione Oliveira Moura, por acreditar neste projeto desde o nascimento da ideia. Obrigada por ser o maior exemplo de força, excelência e resistência que tenho na Faculdade de Comunicação. Agradeço também pela paciência, compreensão, parceria e confiança.

Às amigas que fiz durante a jornada na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília — que se tornaram companheiras para além dos muros do Instituto Central de Ciências (ICC). Jakceline Spies e Luísa Guimarães, obrigada por tornarem os anos de graduação mais divertidos, leves e engraçados.

À Yasmin Tomaz, Bernardo Bressan, André Braz de Oliveira, Alanna Souza e todos os outros amigos, colegas e familiares que me auxiliaram durante esta jornada.

RESUMO

Pessoas negras são 56% da população brasileira, mas recebem os piores salários. A situação é mais agravante para mulheres pretas e pardas, que recebem apenas 44,4% do rendimento mensal de homens brancos. Esta pesquisa teve como objetivo diagnosticar se há demanda de jovens mulheres negras do Distrito Federal pela criação de uma plataforma digital local sobre mercado de trabalho, capacitação e empreendedorismo. Por meio de pesquisa quanti-qualitativa e análise de conteúdo, observou-se que a demanda é existente e que a maior parte das mulheres entrevistadas gostariam de acessar uma plataforma sobre o tema. Descobriu-se, também, que as respondentes vivem, diariamente, as consequências do racismo estrutural no cotidiano. Com o resultado do diagnóstico, foi elaborada uma sugestão de plano de negócios para avaliar a viabilidade do projeto. Futuramente, pretende-se criar um plano de negócios comercial, em parceria com instituições ligadas ao empreendedorismo e a projetos tecnológicos, com base na pesquisa proposta neste Trabalho de Conclusão de Curso.

Palavras-chave: mulher negra, desigualdade racial, mercado de trabalho, plataforma digital, Distrito Federal

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 — Força de trabalho e taxa de subutilização em 2018.....	18
Figura 2 — Razão de rendimentos das pessoas ocupadas.....	19
Figura 3 — Distribuição do pessoal por cor ou raça	20
Figura 4 —Pessoas residindo em domicílios sem acesso a serviços de saneamento, com inadequações domiciliares e posse de bens	21
Figura 5—Distribuição da população por raça/cor da pele em 2018	39
Figura 6—Distribuição da escolaridade da população com 25 anos ou mais em 2018	40
Figura 7—Percentual da população de 18 a 29 anos que não trabalhava nem estudava em 2018	41
Figura 8—Qual é a sua idade?.....	44
Figura 9 — Qual é o seu grau de escolaridade?	44
Figura 10 — Dendograma de Classificação Hierárquica Descendente da Pergunta 1.....	48
Figura 11 — Dendograma da Classificação Hierárquica Descendente por palavras da Pergunta 1	48
Figura 12 — Análise Fatorial por Correspondência da Pergunta 1.....	51
Figura 13—Nuvem de palavras da Pergunta 2.....	52

LISTA DE TABELAS

Tabela 1— Perguntas do questionário sobre mulheres negras e mercado de trabalho no Distrito Federal	42
Tabela 2 — Se você não trabalha, responda: porque ainda não está no mercado de trabalho?	45

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	11
1. PERGUNTA DE PESQUISA E DEFINIÇÃO DOS OBJETIVOS.....	12
1.1 Pergunta de pesquisa.....	12
1.2 Objetivo geral.....	12
1.3 Objetivo específico.....	12
2. JUSTIFICATIVA	13
3. CONTEXTUALIZAÇÃO	14
3.1 Raça, racismo e o mito da democracia racial brasileira	14
3.2 Dados demográficos: pessoas negras no Brasil.....	18
3.2.1 Mercado de trabalho e rendimento.....	18
3.2.2 Distribuição de rendimento e condições de moradia	20
3.2.3 Educação	22
3.2.4 Violência	23
3.3 Racismo Institucional, interseccionalidade e contribuições do feminismo negro.....	23
4. REVISÃO TEÓRICA.....	27
4.1 Minorias Sociais X Maiorias Minorizadas	27
4.2 Consequências da Convergência Midiática.....	29
4.3 Inteligência Coletiva e Ciberativismo	30
4.4 Discussões raciais nas redes e impactos no mercado de trabalho	32
4.5 Empreendedorismo social.....	36
5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	38
5.1 Etapa 1: Pesquisa quanti-qualitativa.....	38
5.1.1 Elaboração do questionário e dados demográficos do Distrito Federal	38
5.1.2 Aplicação do questionário.....	42
5.1.3 Perfil das respondentes.....	43
5.1.4 Análise de conteúdo: conhecendo o método	46
5.1.5 Execução da análise	47
5.2 Etapa 2: Entrevista com dirigente de plataforma digital sobre mercado de trabalho, capacitação e empreendedorismo para mulheres negras.....	53

5.3 Etapa 3: Sugestão de plano de negócios	55
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	57
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	60

APRESENTAÇÃO

A presente pesquisa teve como tema o mercado de trabalho para jovens mulheres negras do Distrito Federal. Buscou-se compreender se há demanda de jovens mulheres negras do DF pela criação de uma plataforma digital sobre mercado de trabalho, capacitação e empreendedorismo. Por meio de pesquisa quanti-qualitativa, foram analisadas respostas de 68 jovens negras de 15 a 29 anos de idade, moradoras de diversas regiões do Distrito Federal (DF), para diagnosticar as demandas das participantes pela criação do projeto.

No capítulo Contextualização, foi abordada a inserção da mulher negra brasileira no mercado de trabalho. Para discorrer sobre o assunto, foi necessário visitar termos como raça, racismo e o mito da democracia racial, buscando compreender as razões pelas quais os negros ocupam os piores índices sociais no país. Também foram apresentados dados demográficos sobre os negros brasileiros em áreas como educação, mercado de trabalho, acesso à internet e violência.

No capítulo Revisão Teórica, foram abordadas temáticas como convergência midiática, ciberativismo e inteligência coletiva, que estão presentes nas relações em redes sociais. Também foi discutido o papel dos movimentos sociais nas redes sociais. Além disso, foram abordadas manifestações dos movimentos de mulheres negras na internet e ações na internet voltadas para o mercado de trabalho e mulheres negras.

Na seção seguinte, Procedimentos Metodológicos, foram descritas as etapas para a elaboração da pesquisa. O estudo foi elaborado em três fases: análise de conteúdo com resultados de pesquisa quanti-qualitativa; entrevista com dirigente de plataforma digital sobre mercado de trabalho para mulheres negras do DF; e sugestão de plano de negócios para avaliar a viabilidade da criação de um empreendimento relacionado ao tema. No futuro, pretende-se desenvolver plano de negócios comercial definitivo com base no projeto.

1. PERGUNTA DE PESQUISA E DEFINIÇÃO DOS OBJETIVOS

1.1 Pergunta de pesquisa

Há demanda de jovensmulheres negras do DF pela criação de uma plataforma sobre mercado de trabalho, empreendedorismo e capacitação?

1.2 Objetivo geral

Diagnosticar se há demanda de jovens mulheres negras do DFpela criação de plataforma digital sobre mercado de trabalho, empreendedorismo e capacitação.

1.3 Objetivo específico

Em caso de identificaçãoda demanda, sugerir plano de negócios para avaliar a viabilidade da criação de plataforma que aborde temáticas relacionadas ao mercado de trabalho para mulheres negras do DF.

2. JUSTIFICATIVA

A população negra brasileira representava 56% dos habitantes do país em 2019 (PNAD Contínua 2019). De acordo com o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), em 2013, as mulheres pretas e pardas formavam 51,8% de toda a população feminina brasileira (e 27,7% da população total). Mulheres negras são potências. No entanto, também são as maiores vítimas da desigualdade social e racial brasileira: recebem os piores salários, ocupam os piores cargos e são maioria nas ocupações informais.

A realidade não deve permanecer desta maneira: gerações de mulheres abriram as portas para que, hoje, jovens pretas e pardas sejam instrumentos de mudança social. Seja nas escolas, nas universidades, nas grandes e pequenas empresas ou nas comunidades onde vivem, mulheres negras resistem e fazem a diferença.

Com a evolução tecnológica e o avanço das redes sociais, criar redes de conexão entre jovens pretas e pardas tem sido uma tarefa cada vez mais possível. Em 2017, a porcentagem de negros com acesso à internet era de 65,4%. Além disso, 74,6% dos negros tinham telefone celular (PNAD Contínua, 2019). Os índices ainda têm muito o que avançar, mas as pesquisas apontam melhorias nos números de pessoas negras brasileiras conectadas ao longo dos anos.

Profissionais da comunicação têm conhecimento para estreitar distâncias entre mulheres negras, criar elos e promover oportunidades, usando a internet como principal ferramenta de mudança. Eu, como futura jornalista e, principalmente, como jovem mulher negra, sou grata às que vieram antes de mim e abriram as portas para que eu seguisse minha trajetória. Graças a elas, hoje, posso compartilhar meus conhecimentos e ser instrumento de mudança social. Que sejamos potências e ajudemos as nossas.

3. CONTEXTUALIZAÇÃO

3.1 Raça, racismo e o mito da democracia racial brasileira

Antes de analisar indicadores sociais sobre as condições de vida das pessoas negras no Brasil e de debater sobre as consequências da convergência midiática no campo do mercado de trabalho para mulheres negras, é preciso compreender os conceitos de raça e racismo e como eles se manifestam no país.

Segundo Munanga (2004, p.1), a palavra raça vem do latim *ratio*, “que significa sorte, categoria, espécie”. O termo foi inicialmente usado nas ciências, em áreas como zoologia e botânica, para classificar espécies de animais e plantas. Ao longo dos anos, passou a ser utilizado como referência à linhagem e descendência humanas. Entre os séculos 15 e 17, na Europa, a palavra raça definia relações entre classes sociais e, com o avanço do colonialismo europeu em civilizações não ocidentais, foi usada para diferenciar povos encontrados pelo globo.

O principal critério de diferenciação entre as raças era a cor da pele, dos olhos e dos cabelos, mas no século 19 outros elementos passaram a ser considerados para definir raças humanas: forma do nariz, dos lábios, do queixo, do crânio e ângulo facial. Essas características eram utilizadas para validar as ideias do racismo científico, vertente na qual acreditava-se que pessoas não-brancas eram intelectualmente inferiores devido às características físicas.

Com o avanço das pesquisas em genética humana, no século 20, a ciência concluiu que no sangue humano há uma série de características mais determinantes para dividir indivíduos em raça, muito além dos fenótipos, como acreditava-se antes, quebrando a teoria de que existem raças humanas — ao menos no campo biológico e científico — e de que as características físicas não têm influência no intelecto do indivíduo. De acordo com Munanga (2004),

Grupos de sangue, certas doenças hereditárias e outros fatores na hemoglobina eram encontrados com mais frequência e incidência em algumas raças do que em outras, podendo configurar o que os próprios geneticistas chamaram de marcadores genéticos. [...] os estudiosos desse campo de conhecimento chegaram à conclusão de que a raça não é uma realidade biológica, mas sim apenas um conceito aliás cientificamente inoperante para explicar a diversidade humana e para dividi-las em raças estancas. Ou seja, biológica e cientificamente, as raças não existem (MUNANGA, 2004, p.4).

A conclusão de que o conceito de raça é cientificamente inoperante chama atenção para outras características atribuídas ao termo, que vão além das questões biológicas. Raças passaram a ser definidas como fator de hierarquização entre diferentes comunidades: pessoas brancas eram consideradas intelectualmente superiores que indivíduos de outras raças, “em função de

suas características físicas hereditárias [...] que segundo pensavam, os tornaram mais bonitos, mais inteligentes, mais honestos, mais inventivos, etc. e conseqüentemente mais aptos para dirigir e dominar outras raças”, como descreve Munanga (2004, p.5).

Portanto, pode-se afirmar que raças são utilizadas como ferramenta de dominação e exclusão social de grupos não-brancos. Nesta lógica de classificação de raças como inferiores ou superiores, conceitua-se o termo racismo. De acordo com Munanga (2004, p.8), “o racismo é uma crença na existência das raças naturalmente hierarquizadas pela relação intrínseca entre o físico e o moral, o físico e o intelecto, o físico e o cultural”. O autor afirma que, na lógica do racista, o que caracteriza um grupo de pessoas como inferiores não são apenas seus traços físicos, mas também toda sua bagagem cultural, linguística e religiosa, criando uma relação de dominação e subordinação.

No Brasil, a escravização de negros africanos ocorreu entre os anos de 1530 e 1888. É possível reconhecer as ações racistas e violentas da coroa portuguesa contra negros e indígenas desde início da colonização do país. Além das inúmeras violências físicas que o negros sofreram durante o período, é importante ressaltar também o apagamento histórico e cultural dos negros africanos, que ocorreu não somente com a catequização e a proibição de manifestações culturais africanas, mas também com a destruição de registros sobre os processos da escravidão no país, com a Circular n. 29, de 13 de maio de 1891, “assinada pelo ministro das Finanças, Rui Barbosa, a qual ordenou a destruição pelo fogo de todos os documentos históricos e arquivos relacionados com o comércio de escravos e a escravidão em geral” (NASCIMENTO, 2016, p.43).

Os colonizadores também usavam da “influência humanizadora da Igreja” (NASCIMENTO, 2016, p.47) para justificar a escravidão e construir a ideia de que não existia racismo no Brasil, propagando o chamado mito da democracia racial, que permanece no imaginário nacional até os dias de hoje.

Outro dos mitos de conveniência inventados para mitigar a consciência de culpa do opressor e minimizar acusações contra ele, é o mito que apregoa um alto grau de bondade e humanidade na escravidão praticada na católica América Latina: as colônias espanholas e portuguesas. [...] Este mito constitui mais uma entre as incontáveis manipulações que têm contribuído ao sucesso da propagação de outro mito: a “democracia racial”. Em verdade, o papel exercido pela Igreja Católica tem sido aquele de principal ideólogo e pedra angular para a instituição da escravidão em toda sua brutalidade. O papel ativo desempenhado pelos missionários cristãos na colonização da África não se satisfaz com a conversão dos “infieis”, mas prosseguiu, efetivo e entusiástico, dando apoio até mesmo à crueldade, ao terror do desumano tráfico negreiro (NASCIMENTO, 2016, p.46).

Ao falar do mito da democracia racial, deve-se ressaltar também o projeto de branqueamento da população brasileira, que ocorreu majoritariamente pelo estupro e exploração sexual das mulheres pretas pelos portugueses. A mulher negra era vista apenas como força de trabalho e objeto sexual, problemática que ainda hoje tem consequências na estrutura da sociedade brasileira. Nascimento (2016, p.56) ressalta que “a mulher negra, por causa da sua condição de pobreza, ausência de status social, e total desamparo, continua a vítima fácil, vulnerável a qualquer agressão sexual do branco”.

Esta realidade social é oposta à prevalecente ideia de que a formação do Brasil se verificou obedecendo a um processo integrativo imune de qualquer preconceito; tira a máscara do português e do brasileiro “branco” isentos de procedimentos racistas. Liquidava certos argumentos considerando que aquela ausência de preconceito teria permitido ao colonizador engajar-se numa saudável interação sexual com a mulher negra (NASCIMENTO, 2016, p.56-57).

O resultado do estupro das negras africanas pelos portugueses é a figura do o mulato, o pardo, o moreno, o parda-vasco, homem-de-cor, o fusco” (NASCIMENTO, 2016, p.64). Os frutos da violência sexual contra mulheres negras eram indivíduos mestiços, de pele mais clara, apontados como solução para a “ameaça racial representada pelos africanos” (NASCIMENTO, 2016, p.64) e para evitar o crescimento da população negra no país.

O projeto de clareamento racial perdurou mesmo após o fim da escravidão no país — que ocorreu em 1888. Em 1890, o Brasil decretou livre a entrada de imigrantes para ocuparem a força de trabalho. Anos depois, na década de 1920, leis de imigração incentivavam a entrada de brancos europeus no país (NASCIMENTO, 2016). Mais à frente, em agosto de 1945, por meio do Decreto-Lei nº 7.967, o então presidente Getúlio Vargas decretou livre a imigração no Brasil, com “a necessidade de preservar e desenvolver na composição étnica da população, as características mais convenientes de sua ascendência europeia” (BRASIL, 1945). O decreto foi revogado em 1980, mas demonstra as ações eugenistas no governo brasileiro à época.

As condições de vida dos negros no pós-abolição dão um panorama das razões pelas quais, até os dias de hoje, pretos e pardos ocupam os piores índices sociais. Sem emprego ou em ocupações precárias, vivendo em condições insalubres, sem acesso à serviços de saúde e enfrentando o racismo cotidiano, os ex-escravizados passaram a ocupar as periferias e favelas, em uma tentativa de sobrevivência. Nascimento (2016) afirma que essas desigualdades sociais sofridas pelo negro no Brasil são norteadas pelo racismo.

Se os negros vivem nas favelas porque não possuem meios para alugar ou comprar residência nas áreas habitáveis, por sua vez a falta de dinheiro resulta da discriminação no emprego. Se a falta de emprego é por causa de carência de preparo técnico e de instrução adequada, a falta desta aptidão se deve à ausência de recurso

financeiro. Nesta teia, o afro-brasileiro se vê tolhido de todos os lados, prisioneiro de um círculo vicioso de discriminação – no emprego, na escola – e trancadas as oportunidades que lhe permitiriam melhorar suas condições de vida, sua moradia, inclusive. Alegações de que esta estratificação é “não racial” ou “puramente social e econômica” são chavões que se repetem e racionalizações basicamente racistas: pois o fator racial determina a posição social e econômica na sociedade brasileira (NASCIMENTO, 2016, p.80).

Além de expor as condições de pretos e pardos no período pós-abolição, e de entender como a precarização influenciou para a manutenção dos negros nos piores índices sociais, é importante, também, discutir como a ascensão do capitalismo influenciou na consolidação deste fator. Em sua obra, Lélia Gonzáles (1982) ressalta o quanto o golpe militar de 1964 influenciou na organização da sociedade brasileira e na baixa posição de negros na pirâmide social.

A criação de grandes empresas multinacionais, a transformação do estado em uma estrutura militarizada e o grande empresariado brasileiro são alguns fatores pontuados pela autora para a criação do que estudiosos chamam de “milagre econômico”. Este movimento, no entanto, deixou de fora as pessoas mais pobres e, conseqüentemente, os negros.

A entrada agressiva do capital estrangeiro no país ampliou o seu parque industrial. E, à primeira vista, até que poderia parecer um grande avanço para a totalidade da população brasileira. Mas acontece que tal agressividade determinou, por sua vez, a desnacionalização ou o desaparecimento das pequenas empresas. E era justamente por elas que o trabalhador negro participava do mercado de trabalho industrial. Enquanto isso, no campo, desaparecia a pequena propriedade rural para dar lugar à criação de latifúndios, por parte das poderosas corporações multinacionais, amparadas pelo governo militar. Era o capitalismo invadindo todos os setores da economia brasileira (GONZÁLES, 1982, p.13).

Todo esse fenômeno resultou na ida dos pretos e pobres para as periferias e na ocupação de postos de trabalhos que são considerados mão-de-obra barata e não qualificada (GONZÁLES, 1982). Construção civil, serviços domésticos, limpeza urbana, correio, segurança e transportes são algumas das áreas de trabalho para as quais os negros migraram, em grande maioria em ocupações informais, as quais ocupam até os dias de hoje — como será exposto a seguir. Como ressalta Gonzáles (1982, p.14), “deslocando-se do campo para a cidade, ou do Nordeste para o Sudeste, e se concentrando num mercado de trabalho que não exige qualificação profissional, o trabalhador negro desconheceu os benefícios do ‘milagre’”.

Nesse sentido, veremos, a seguir, dados recentes sobre as condições das pessoas negras no Brasil. As informações são de extrema importância para compreender as dificuldades de inserção de negros — em especial, de mulheres afrodescendentes — no mercado de trabalho, tema central desta pesquisa, e traçar estratégias para a melhora nos índices de desemprego de mulheres pretas e pardas no DF.

3.2 Dados demográficos: pessoas negras no Brasil

Pesquisas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostram que, no Brasil, negros e negras ocupam os piores índices em marcadores sociais como mercado de trabalho, distribuição de renda, condições de moradia, educação, violência e saúde.

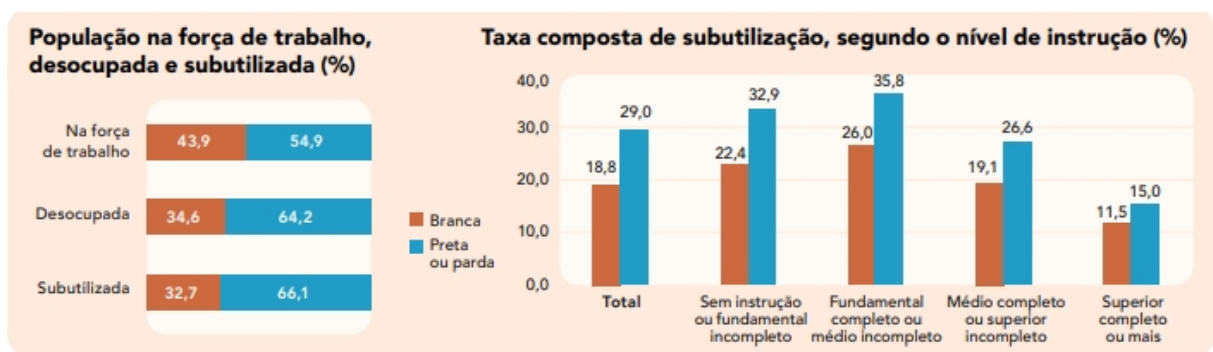
De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) de 2019 (IBGE, 2020), havia 209,5 milhões de pessoas residentes no país naquele ano. A pesquisa analisou dados de 168 mil domicílios: 42,7% dos entrevistados se declararam brancos, 46,8% se declararam pardos e 9,4% se declararam pretos. Portanto, de acordo com o IBGE, a população negra — formada pelos dois últimos grupos aqui citados — representava a maioria quantitativa dos residentes no Brasil (56%).

A PNAD Contínua (IBGE, 2020) registrou que, em 2019, as mulheres totalizavam 108,4 milhões (51,8%) da população, enquanto os homens respondiam a 101,1 milhões (48,2%). A pesquisa não pontuou a porcentagem de pessoas negras entre os dois grupos.

3.2.1 Mercado de trabalho e rendimento

A pesquisa Desigualdades Sociais Por Cor ou Raça no Brasil, publicada em 2019 — também pelo IBGE (2019) — constatou que, em 2018, negros constituíam a maior parte da força de trabalho do país (54,9%), mas ainda assim formavam cerca de $\frac{2}{3}$ dos desocupados (64,2%) e dos subutilizados (66,1%), como mostra a Fig. 1. Mesmo quando havia um alto nível de instrução, negros eram maioria nos índices de subutilização, em comparação com brancos. Além disso, a maior parte dos cargos gerenciais (68,6%) eram ocupados por pessoas brancas, e a menor parte (29,9%) por pretos ou pardos.

Figura 1 — Força de trabalho e taxa de subutilização em 2018



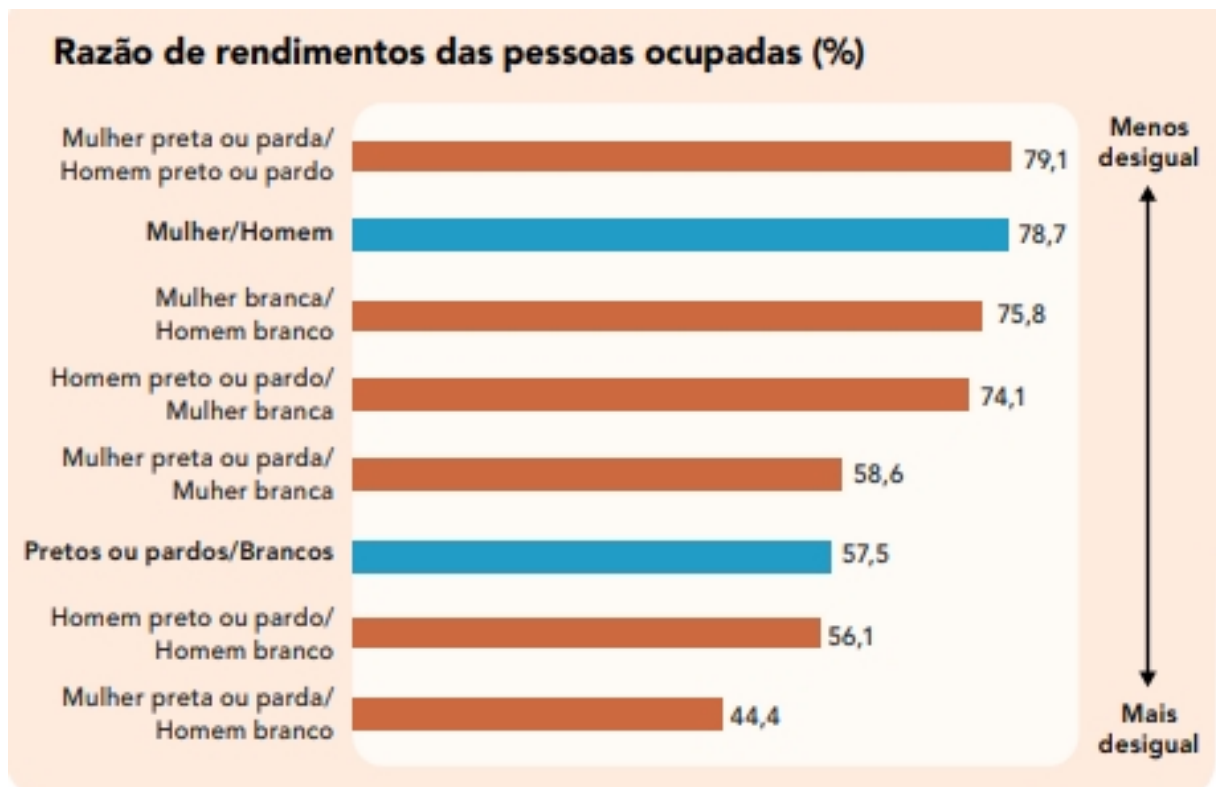
Fonte: PDAD (2018, p.2)

O levantamento do IBGE também demonstra que, em 2019, pessoas negras eram maioria nas ocupações informais (empregados do setor privado e trabalhadores domésticos sem carteira de trabalho assinada; trabalhadores por conta própria; empregadores que não contribuem para a previdência social e trabalhadores familiares auxiliares). Os dados são ainda piores para mulheres negras: elas ocupavam 47,8% da força feminina de trabalho informal, enquanto mulheres brancas representavam 34,7% (IBGE, 2019).

Outro dado importante demonstrado pelo estudo do IBGE (2019) é o de rendimento médio mensal das pessoas ocupadas. O rendimento de pessoas brancas ocupadas era de R\$ 2.796, 73,9% superior ao rendimento de pessoas negras (R\$ 1.608). Tanto na ocupação formal, quanto na informal, pessoas brancas recebiam mais que negros (IBGE, 2019).

Ao comparar dados de rendimentos por raça e sexo, a pesquisa do IBGE constatou que as mulheres negras eram o grupo em maior desvantagem: elas recebiam menos da metade dos rendimentos de homens brancos (44,4%). Em seguida, estão os homens pretos ou pardos, que têm rendimento maior apenas que o das mulheres negras. (IBGE, 2019), conforme mostra a Fig. 2.

Figura 2 — Razão de rendimentos das pessoas ocupadas



Fonte: PDAD (2018, p.3)

Ainda segundo o estudo do IBGE, o grupo com maior vantagem sobre os demais é o de homens brancos, seguido pelo das mulheres brancas, que tinham rendimentos superiores aos homens e mulheres negros. Mesmo quando tinham índices escolares mais elevados, as pessoas negras ainda tinham rendimento médio por hora mais baixo (R\$ 10,1) que brancos (R\$ 17,01) (IBGE, 2019).

A pesquisa Perfil Social, Racial e de Gênero das 500 Maiores Empresas do Brasil e suas Ações Afirmativas (INSTITUTO ETHOS, 2016), elaborada pelo Instituto Ethos, mostra que a maior parte das organizações analisadas no estudo não tem ações afirmativas para mulheres e pessoas negras. A seção sobre raça do estudo conta com informações de 117 empresas, nas quais os negros tinham participação de apenas 34,4% em todo o quadro de funcionários. Nas organizações citadas na pesquisa, pessoas negras representavam 57,5% dos aprendizes e 58,2% dos trainees. No entanto, nos cargos mais altos na hierarquia das organizações, pretos e pardos eram minoria: representavam apenas 6,3% da gerência, 4,9% do conselho administrativo, e 4,7% do quadro executivo das organizações (INSTITUTO ETHOS, 2016), como mostra a Fig. 3.

Figura 3 — Distribuição do pessoal por cor ou raça

	BRANCOS	TOTAL NEGROS
Conselho de Administração	95,1	4,9
Quadro Executivo	94,2	4,7
Gerência	90,1	6,3
Supervisão	72,2	25,9
Quadro Funcional	62,8	35,7
Trainees	41,3	58,2
Estagiários	69,0	28,8
Aprendizes	41,6	57,5

Fonte: Instituto Ethos (2016, p.22)

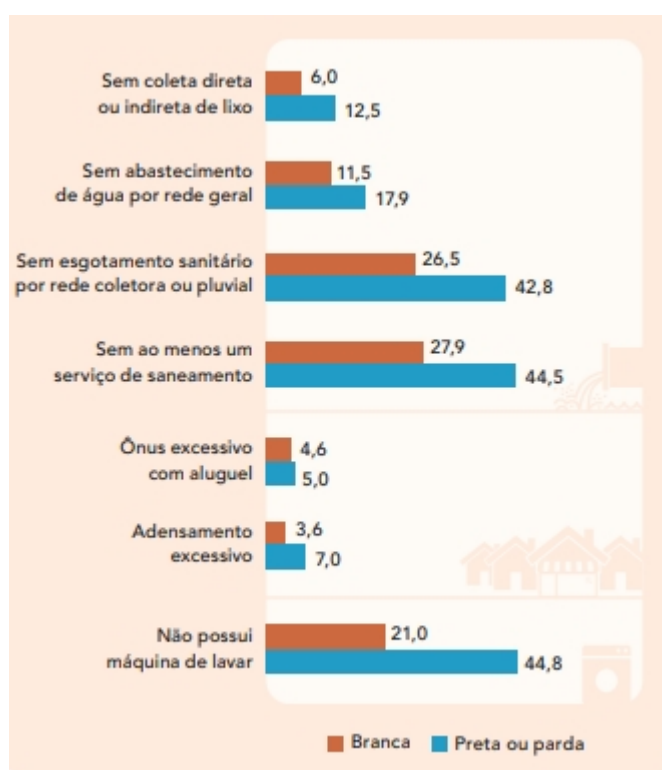
3.2.2 Distribuição de rendimento e condições de moradia

Ainda segundo a pesquisa Desigualdades Sociais por Cor ou Raça no Brasil (IBGE, 2019), em 2018, pessoas pretas e pardas eram maioria entre os que estavam abaixo da linha da pobreza, de acordo com os critérios do Banco Mundial. Considerando a linha de US\$ 5,50 por dia, brancos representavam 15,4% das pessoas e pretos e pardos representavam 32,9%. A

desigualdade se repetiu quando o valor de US\$ 1,90 foi considerado: 8,8% dos participantes desse grupo eram negros, e 3,6% brancos.

Quanto às condições de moradia e saneamento básico, a pesquisa do IBGE (2019) também mostrou que negros estavam nas piores condições. Em 2018, a maior parte dos moradores de regiões sem coleta de lixo, sem abastecimento de água por rede geral e sem esgotamento sanitário por rede coletora ou pluvial era negra. Os resultados, descritos na Fig. 4, chamaram atenção pelos riscos à saúde que as condições precárias podem trazer.

Figura 4 - Pessoas residindo em domicílios sem acesso a serviços de saneamento, com inadequações domiciliares e posse de bens



Fonte: PDAD (2018, p.5)

A mesma pesquisa aponta (IBGE, 2019) que negros também eram maioria entre os brasileiros que viviam em locais com adensamento excessivo — situação em que há mais de três moradores por dormitório no domicílio —, além de sofrerem mais com ônus excessivo com aluguel — quando o valor do aluguel é igual ou 30% maior que o rendimento domiciliar. Essas situações eram mais frequentes em domicílios formados por mulheres solteiras, com filhos de até 14 anos.

Ainda de acordo com o estudo do IBGE (2019), entre os anos de 2016 e 2017, o acesso à internet e a posse de telefone celular para uso pessoal aumentou entre os pretos e pardos com

mais de 10 anos de idade. No entanto, mesmo com a melhora nos dados, negros ainda estão em desvantagem em relação aos brancos. Em 2016, 59,5% dos pretos e pardos acessaram a internet e, em 2017, a porcentagem passou para 65,4%. Entre a população branca, o número foi de 71,2% para 75,5%. Em 2017, 74,6% dos negros tinham telefone celular, enquanto 82,9% dos brancos possuíam o aparelho (IBGE, 2019).

O estudo também entrevistou jovens de 15 a 29 anos de idade que não acessavam a internet em 2017. A resposta da maioria sobre a razão de não acessar o serviço, em ambos os grupos populacionais, foi por achar o serviço de internet caro. Entre os jovens da mesma faixa etária que usavam a internet, a maior parte acessava por meio de telefone móvel celular e microcomputador (IBGE, 2019).

3.2.2 Educação

A pesquisa Desigualdades Sociais por Cor ou Raça (IBGE, 2019) também mostra que, entre os anos de 2016 e 2018, houve um avanço nos índices de educação das pessoas negras. Entre esses anos, a taxa de analfabetismo das pessoas maiores de 15 anos de idade caiu de 9,8% para 9,1%. A proporção de pessoas maiores de 25 anos de idade com o ensino médio completo aumentou de 37,3% para 40,3%. No entanto, mesmo com a melhora observada, os números ainda são mais baixos que os da população branca: em 2018, a taxa de analfabetismo desse grupo era de 3,9% e a de pessoas com ensino médio completo era de 55,8%.

A taxa ajustada de frequência escolar líquida de alunos negros também apresentou melhora entre os anos de 2016 e 2018, segundo a PDAD. O índice mede a proporção de pessoas que frequentaram ou concluíram o ensino adequado para a faixa etária, de acordo com o sistema educacional do Brasil. Mesmo com a queda no abandono escolar, os números de negros e branco apontam desigualdades (IBGE, 2019).

A pesquisa do IBGE também mostra que jovens brancos de 18 a 24 anos que frequentavam ou já haviam concluído o ensino superior representavam 36,1% da população, enquanto os negros eram apenas 18,3% em 2018. A desigualdade também era presente nos grupos de 15 a 17 anos que frequentavam ou haviam concluído o ensino médio (76,4% para brancos e 64,8% para negros); de 11 a 14 anos que frequentavam ou haviam concluído o ensino fundamental (90,5% para brancos e 84,4%) para negros; e, em menor proporção, no grupo de 6 a 10 anos que frequentava ou havia concluído os anos iniciais do ensino fundamental (96,5 % para brancos e 95,8% para negros) (IBGE, 2019). Segundo o estudo, mesmo que as mulheres

tenham melhores índices educacionais que os homens de mesma cor, a taxa de conclusão do ensino médio de homens brancos (72,0%) era maior que a de mulheres negras (67,6%).

Um dos dados que chamam atenção no levantamento do IBGE é o aumento de jovens negros de 18 a 24 anos cursando ensino superior. Em 2016, a porcentagem de estudantes do ensino superior negros era de 50,5% e, em 2018, de 55,6%. Entre os brancos da mesma faixa etária, o índice era de 78,8% em 2018 (IBGE, 2019).

3.2.3 Violência

O estudo do IBGE demonstra que, em 2017, a taxa de homicídios de pessoas negras, a cada 100 mil habitantes, foi de 43,4. O índice para pessoas brancas no mesmo ano foi de 16,0. Os dados mostram que uma pessoa negra tinha 2,7 vezes mais chance de sofrer com homicídio intencional do que pessoas brancas (IBGE, 2019).

Ainda de acordo com a pesquisa, em todas as faixas etárias, o número de homicídios era maior entre os pretos e pardos. O grupo que chamava mais atenção era o de jovens negros de 15 a 29 anos, que teve taxa de 98,5 em 2017, enquanto brancos da mesma idade tiveram índice de 34,0 (IBGE, 2019). Além disso, segundo o estudo, “adolescentes e jovens vítimas de violência estão mais propensos a desenvolverem doenças como depressão, ao vício de substâncias químicas, a problemas de aprendizado e até ao suicídio” (IBGE, 2019, p.10).

Segundo a Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar de 2015, citada no estudo do IBGE (2019), alunos negros do 9º ano do ensino fundamental eram mais vítimas de experiências violências do que os brancos. Entre os alunos negros, 6,2% dos entrevistados relatou que esteve envolvido em briga na qual alguma pessoa utilizava arma de fogo nos 30 dias anteriores à pesquisa. Entre os brancos, a porcentagem foi de 4,9% (IBGE, 2019).

O estudo do IBGE também afirma que, em brigas com uso de armas que não são de fogo, os dados eram de 7,0% para brancos e 8,4% para negros. Estudantes negros agredidos fisicamente por familiares nos 30 dias anteriores à pesquisa representavam 15,1% dos entrevistados, enquanto brancos representavam 13,1%. Além disso, a maior parte dos alunos de escolas em áreas de risco, em termos de violência, era negra (53,9%). Os brancos representavam 45,7% (IBGE, 2019)

3.3 Racismo Institucional, interseccionalidade e contribuições do feminismo negro

Por discutir temáticas relacionadas a emprego, renda e mercado de trabalho nesta pesquisa, é necessário visitar o termo racismo institucional. De acordo com o artigo Racismo

Institucional: uma abordagem conceitual (ONU Mulheres, 2016), o racismo institucional é uma

Forma estratégica como o racismo garante a apropriação dos resultados positivos da produção de riquezas pelos segmentos raciais privilegiados na sociedade, ao mesmo tempo em que ajuda a manter a fragmentação da distribuição destes resultados em seu interior (ONU Mulheres, 2016, p.17).

Nesse sentido, pode-se afirmar que o racismo institucional opera nas instituições públicas e privadas e na criação e implementação de políticas públicas, criando um ambiente que exclui pessoas não-brancas e contribui para a posição de pessoas negras nos piores índices sociais, conforme citado na seção anterior.

As consequências do racismo institucional influenciam cada indivíduo de forma diferente, uma vez que cada um vive em diferentes eixos de marginalização. Para compreender melhor essa característica, deve-se falar sobre interseccionalidade, termo cunhado pela norte-americana Kimberlé Crenshaw (1989). Ela o define como um modo de analisar todos os eixos de marginalização de um indivíduo na sociedade. Crenshaw debate sobre a experiência das mulheres negras, destacando a importância de analisar os entrecruzamentos das relações de poder que perpassam cada indivíduo.

Esta estrutura de eixo único apaga as mulheres negras na conceituação, identificação e remediação da discriminação racial e sexual, limitando a investigação às experiências de outros membros privilegiados do grupo. Em outras palavras, em casos de discriminação racial, a discriminação tende a ser vista em termos de negros com privilégios de sexo ou classe; em casos de discriminação sexual, o foco está na raça e mulheres com privilégios de classe (Tradução nossa) (CRENSHAW, 1989, p.140).

A autora ainda pontua que, para que as pessoas negras sejam libertas da estrutura que os coloca em posição de subordinação, é necessário que a interseccionalidade seja discutida e considerada entre os grupos minoritários: “A comunidade negra deve incluir uma análise de sexismo e patriarcado. De modo similar, o feminismo deve incluir uma análise de raça, se pretende expressar as aspirações das mulheres não brancas” (CRENSHAW, 1989, p.166).

Antes mesmo de o termo interseccionalidade ser definido por Crenshaw, mulheres de diversos países debatiam as relações entre racismo e machismo, como Olympia de Gouges, em 1791, na França, ao discutir as questões das mulheres e dos escravos na Declaração dos Direitos da Mulher. Em 1851, nos Estados Unidos, a ex-escrava Sojourner Truth proferiu o lendário discurso *Ain't I a woman* (*E eu não sou uma mulher?*, em tradução livre), questionando os

movimentos feministas brancos sobre as condições das mulheres negras no país (VIGOYA, 2016).

No Brasil, nomes como Thereza Santos, Lélia González, Maria Beatriz do Nascimento, Luiza Bairros, Jurema Werneck e Sueli Carneiro também foram responsáveis por debater o entrecruzamento entre as questões de raça, gênero e classe que perpassam as mulheres negras brasileiras (VIGOYA, 2016).

No artigo *Racismo e Sexismo na Cultura Brasileira*, Lélia González (1984) analisa os espaços que a mulher negra brasileira ocupa no imaginário cultural do país — mulata, doméstica e mãe preta. O pensamento de Lélia se relaciona com a ideia de interseccionalidade definida por Crenshaw (1989).

O lugar em que nos situamos determinará nossa interpretação sobre o duplo fenômeno do racismo e do sexismo. Para nós o racismo se constitui como a sintomática que caracteriza a neurose cultural brasileira. [...] sua articulação com o sexismo produz efeitos violentos sobre a mulher negra em particular (GONZÁLEZ, 1984, p.224).

Atualmente, fala-se da interseccionalidade além das questões de raça, classe e gênero: ao pensar as consequências do racismo institucional, também deve-se levar em consideração temáticas como orientação sexual, escolaridade, ocupação, condições físicas e mentais, idade e território (ONU Mulheres, 2016).

A interseccionalidade explica os resultados dos principais indicadores sociais do país, mostrados na seção anterior: quanto mais eixos de marginalização o indivíduo negro ocupa, maiores e mais profundas são as desigualdades, como explicam as autoras em *Racismo Institucional: uma abordagem conceitual*:

Podemos perceber que, para que seja efetivo, o racismo institucional deve dispor de plasticidade suficiente para oferecer barreiras amplas - ou precisamente singulares - de modo a permitir a realização da hegemonia branca, privilegiando o interesse dos homens brancos heterossexuais em muitos aspectos, mas das mulheres brancas em vários deles. Esta plasticidade visa também adequá-lo à interação com os demais eixos de subordinação já apontados aqui, tornando seus mecanismos de exclusão mais seletivos e profundos (ONU Mulheres, 2016, p.18).

No Brasil, os movimentos de mulheres negras surgem para estudar e atuar nas pautas específicas desse grupo, considerando diversos eixos de subordinação nos quais as mulheres pretas e pardas estão inseridas. Carneiro (2003) aponta que, a partir da década de 1980, organizações de mulheres negras começam a surgir no cenário nacional, mobilizando debates na agenda dessa parcela da população.

Com a evolução da tecnologia, o avanço da internet e a convergência midiática, as ações dos grupos de mulheres negras têm alcançado um grande público online. Plataformas como redes sociais, blogs, sites, canais no YouTube, comunidades e grupos online tornaram-se espaço de ativismo, gerando um grande movimento virtual de mulheres negras, como apontam Malta e Oliveira (2016):

Atualmente, temos acompanhado as novas expressões e canais de difusão de informação e conhecimento na internet utilizado por diferentes ativistas negras, estudiosas ou não, que buscam algo em comum: o desejo de compartilhar suas experiências através de narrativas sobre sua história e sobre como enfrentam o racismo e o machismo em suas vidas. Tais narrativas têm contribuído para a formação de uma rede onde outras mulheres negras conseguem se enxergar e buscar meios para enfrentar esses problemas que também estão presentes nos seus cotidianos. Além disso, as narrativas, quando compartilhadas, conseguem fortalecer e estimular mulheres de todo o país a escrever suas próprias histórias. Esse mesmo ativismo tem auxiliado a modificar o cenário das relações raciais no ambiente virtual, mas também fora dele. O faz ao conseguir, através da mídia alternativa, que a grande imprensa pautasse de forma mais frequente e intensa as questões raciais (MALTA e OLIVEIRA, 2016, p.68).

Na seção seguinte, os impactos do meio digital no acesso de mulheres negras ao mercado de trabalho serão discutidos. Dessa forma, será possível compreender como processos comunicacionais auxiliam na criação de estratégias de alcance de mulheres pretas e pardas que buscam ingressar no mercado de trabalho, iniciar empreendimentos e se capacitar.

4. REVISÃO TEÓRICA

A internet é uma aliada no dia a dia de grande parte da população. Além de facilitar processos cotidianos, serve como local de debates, compartilhamento de narrativas individuais e de ativismo. Como consequência de todas essas características, o meio digital tornou-se espaço para criação de negócios sociais, que usam a internet como instrumento de apoio, disseminação de ideias e prestação de serviços para pessoas socialmente desfavorecidas. Esse é o caso de páginas e plataformas digitais voltadas à renda, ao empreendedorismo e ao mercado de trabalho da população feminina negra, abordadas neste trabalho.

Para entender a internet como espaço de funcionamento desses empreendimentos sociais, é preciso visitar conceitos que explicam a transformação dos meios de comunicação em espaços de interação e participação entre os produtores e consumidores de conteúdo. No entanto, apesar de todas as contribuições positivas, a internet também passou a ser espaço de compartilhamento de discursos de ódio e propagação de preconceitos — incluindo o racismo. Essa questão também será tratada a seguir.

Além disso, é necessário, ainda, visitar os conceitos de minoria social e maioria minorizada. Os projetos analisados neste trabalho usam a comunicação digital para defender os direitos dos negros e lutar contra o poder hegemônico.

4.1 Minorias Sociais X Maiorias Minorizadas

Segundo Dahl (2001) a democracia é o formato de governo que segue os seguintes critérios: participação efetiva de todos os membros; igualdade de voto; entendimento esclarecido; controle do programa de planejamento do estado e inclusão de todos os adultos como cidadãos.

Diante do significado apresentado, pode-se dizer que, nesse regime político, as decisões devem ser tomadas de acordo com a vontade do povo, ou seja, da maioria. No entanto, segundo o acadêmico, jornalista e sociólogo Muniz Sodré, esse argumento é apenas quantitativo. Para o autor, qualitativamente falando, a democracia é um regime de minorias, porque só no processo democrático a minoria pode se fazer ouvir (SODRÉ, 2005). Nesse sentido, a minoria é composta por grupos cujas demandas sociais não são ouvidas por aqueles que detêm o poder.

Ora, a noção contemporânea de minoria - isto que aqui se constitui em questão - refere-se à possibilidade de terem voz ativa ou intervirem nas instâncias decisórias do poder aqueles setores sociais ou frações de classe comprometidas com as diversas modalidades de luta assumidas pela questão social. Por isso, são considerados

minorias os negros, os homossexuais, as mulheres, os povos indígenas, os ambientalistas, os antineoliberalistas, etc. (SODRÉ, 2005, p.1).

Para entender melhor o termo minoria, é preciso recorrer ao conceito de hegemonia, que integra a teoria marxista e é discutido por diversos autores. Para o filósofo italiano Antonio Gramsci (2002), citado por Moraes (2010, p.54), a “hegemonia pressupõe a conquista do consenso e da liderança cultural e político-ideológica de uma classe ou bloco de classes sobre as outras. Além de congregar as bases econômicas, a hegemonia tem a ver com entrechoques de percepções, juízos de valor e princípios entre sujeitos da ação política”.

Ainda segundo Sodré, uma das principais características das minorias é a sede por transformação do poder hegemônico e a prática de ações contra hegemônicas. De acordo com o autor, as minorias não são constituídas apenas de sujeitos com ideais semelhantes: É preciso haver um fluxo de mudança (SODRÉ, 2005). A minoria é “um dispositivo simbólico com uma intencionalidade  tico-política dentro da luta contra hegemônica. Um partido político, um sindicato, não se entendem como minorias, ainda que sejam de oposição ao regime dominante, porque ocupam um lugar na ordem jurídico-social instituída” (SODRÉ, 2005, p. 1).

Muniz Sodré (2005) define que as minorias devem ter quatro características básicas:

- Vulnerabilidade jurídico-social: o grupo minoritário não deve ser institucionalizado nas regras da esfera jurídico-social e, por isso, é considerado vulnerável. Luta-se pelo reconhecimento societário do seu discurso;
- Identidade *in statunascendi*: a minoria apresenta-se *in statunascendi*, ou seja, em constante formação, alimentando-se da força e do ânimo dos estados nascentes. Sodré explica: “Mesmo quando já existe há muito tempo, a minoria vive desse eterno recomeço” (SODRÉ, 2005, p.2).
- Luta contra hegemônica: grupos minoritários buscam a transformação e a redução do poder hegemônico, sem fazer uso de armas para tomar o poder. A m dia é um dos principais espaços da luta contra hegemônica das minorias;
- Estratégias discursivas: a última característica citada pelo autor   utilização de discursos e ações demonstrativas por meio de atos como passeatas, invasões episódicas, gestos simbólicos, manifestos, revistas, jornais, programas de televisão e campanhas pela internet.

Atualmente, o conceito de minoria vem sido debatido e questionado. Hoje, fala-se também em “maiorias minorizadas” como um termo mais apropriado para descrever comunidades que são

maioria quantitativa e também as maiores vítimas de violências consequentes das desigualdades racial, social, de classe e de gênero. Richard Santos (2020) define:

Compreendo como maioria minorizada o grupo social majoritariamente formado por pretos e pardos (negros) conforme categorização do IBGE que, embora conformem a maioria demográfica brasileira, constitui-se minoria em termos de acesso a direitos, serviços públicos, representação política (SANTOS, 2020, n.p).

O autor afirma que negros e negras são vítimas do apagamento identitário promovido por estruturas racistas e, por consequência desse processo, tornam-se “minorias no acesso à cidadania, e maiorias em todo o processo de espoliação econômica, social e cultural”. Assim como Sodré (2005), Santos (2020) defende que as maiorias minorizadas devem lutar contra o poder hegemônico e traçar as próprias narrativas.

Precisamos pensar o mundo em que estamos inseridos com nossas próprias ferramentas teóricas e práticas, e não reproduzindo acriticamente as teorias e perspectivas hegemônicas que historicamente nos investigam como se fossemos objetos de laboratório, incapazes de criar conhecimento e reafirmar saberes a partir de nossas próprias vivências e histórias (SANTOS, 2020, p.2).

Nesta pesquisa, o conceito de maioria minorizada será utilizado como norteador para descrever a população negra brasileira.

4.2 Consequências da Convergência Midiática

A tecnologia está em constante evolução. Do surgimento do telégrafo ao advento da internet, o mundo acompanhou uma série de mudanças tecnológicas que aproximaram os consumidores aos produtores de conteúdo.

Se antes ouvintes escutavam o noticiário no rádio em horários determinados pela programação da emissora, por exemplo, hoje eles têm comportamentos muito mais ativos: ouvem o noticiário a qualquer momento, interagem com os apresentadores de rádio por meio de comentários em redes sociais na internet, participam da programação ao vivo e trocam opiniões sobre o conteúdo com outros internautas via web.

Esse processo não é apenas tecnológico, mas também cultural, social e mercadológico, como define Henry Jenkins em *Cultura da Convergência* (2008). Para o autor, essas mudanças são parte de um processo chamado de convergência midiática. “A convergência representa uma transformação cultural, à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e a fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (JENKINS, 2008. p.29-30).

Por mais que as ferramentas e avanços tecnológicos contribuam para a convergência, esse processo ocorre por meio da construção pessoal de cada indivíduo no momento em que ele extrai informações midiáticas.

Esse novo cenário de interação deu origem ao processo que o autor nomeia como cultura participativa, em que os consumidores são convidados a participar ativamente da criação e da circulação de novos conteúdos (JENKINS, 2008, p. 378). Dessa forma, produtor e consumidor passam a interagir em um novo conjunto de regras, e não ocupam mais papéis separados dentro da criação de conteúdo midiático.

As redes sociais na internet são importantes espaços de prática da cultura participativa. Essas redes sociais são definidas por Recuero (2009) como o conjunto de dois elementos: atores e conexões, mediados por meio de um computador. As grandes ferramentas para trocas sociais em voga atualmente (Instagram, Twitter, Facebook, sites etc.) são palcos de observação desse comportamento.

É importante lembrar que a interação não ocorre apenas entre produtor de conteúdo e consumidor, mas também entre os próprios consumidores, que compartilham informações e opiniões sobre o que está sendo transmitido a eles. Essa relação entre consumidores é importante para o mercado, pois revela aos produtores a opinião dos consumidores sobre o conteúdo veiculado. De acordo com Jenkins (2008, p.30), o consumo tornou-se um processo coletivo.

Por haver mais informações sobre determinado assunto do que alguém possa guardar na cabeça, há um incentivo extra para que conversemos entre nós sobre a mídia que consumimos. Essas conversas geram um burburinho cada vez mais valorizado pelo mercado das mídias (JENKINS, 2008, p.30).

4.3 Inteligência Coletiva e Ciberativismo

Como consequência dos processos de convergência, observa-se que as redes sociais também se tornaram local para compartilhamento de conceitos, ideias, debates e experiências vividas por comunidades específicas. Essa prática é chamada de inteligência coletiva. O filósofo Pierre Lévy (1998, p.30) conceitua o termo como “a valorização técnica, econômica, jurídica e humana de uma inteligência distribuída por toda parte, a fim de desencadear uma dinâmica positiva de reconhecimento e mobilização das competências”.

A possibilidade de interação entre consumidores e produtores de conteúdo gera uma série de manifestações da inteligência coletiva na internet. Nesse sentido, podemos considerar as páginas direcionadas ao público negro, abordadas nesta pesquisa, como espaço para prática da

inteligência coletiva: são locais de compartilhamento de estudos e dados sobre a população afrodescendente, além de incentivar debates sobre racismo entre os consumidores de conteúdo.

O levantamento de questões raciais nessas páginas é, além de prática de inteligência coletiva, uma forma de ciberativismo. David de Ugarte explica o ciberativismo como

Toda estratégia que persegue a mudança da agenda pública, a inclusão de um novo tema na ordem do dia da grande discussão social, mediante a difusão de uma determinada mensagem e sua propagação através do “boca a boca” multiplicado pelos meios de comunicação e publicação eletrônica pessoal (UGARTE, 2008, p.55).

Ugarte explica que os modelos de ciberativismo mais comuns são aqueles em que o interlocutor inicia uma campanha em defesa de determinada causa e espera a adesão dos receptores ao projeto. Para que isso ocorra, é necessário que o produtor de conteúdo siga alguns elementos, estabelecidos por Ugarte (2008, p.57-59):

- Documentação: recolher argumentos a favor e contra a causa defendida e colocá-los à disposição do público;
- Discurso: deixar evidente a razão pela qual a causa deve ser defendida, de forma que qualquer pessoa possa entender a mensagem e compartilhá-la. Para Ugarte (2008, p.58), a mensagem não deve ser “nem um panfleto nem a proclamação do fim do mundo”;
- Escolher os destinatários últimos da ação: deixar claro quem deve ser o consumidor da mensagem e qual objetivo se espera dele;
- Desenho de ferramentas: pensar em formas acessíveis de distribuir a mensagem, de forma que os receptores também possam compartilhá-la;
- Visibilidade: organizar dados estatísticos de quantos consumidores aderiram à campanha e divulgar os resultados em veículos de alcance.

As características definidas por Ugarte para o sucesso de campanhas de ciberativismo podem ser observadas nas plataformas analisadas neste trabalho, que tratam do racismo e das desigualdades enfrentadas pela população negra.

Apesar das contribuições positivas da internet como um espaço de compartilhamento de experiências pessoais e de ciberativismo, as redes também podem ser locais de propagação de discursos de ódio. Esse tipo de discurso é uma manifestação segregacionista em que o emissor

da mensagem de ódio se coloca como superior ao indivíduo atingido, atacando a dignidade da vítima (SILVA, NICHEL, MARTINS, BORCHARDT, 2011).

Rebeca Rebs (2017) afirma que esses comportamentos agressivos já existiam fora das redes. Porém, com a facilidade de propagar informações na internet, “a possibilidade do anonimato, a ausência física do sujeito para as interações virtuais ou mesmo a falta de leis claras referentes a comportamentos na rede online” (REBS, 2017, p.2515), os discursos de ódio ganham maior visibilidade e proporção.

Em contraponto à propagação de discursos de ódio, a internet e, especialmente, as redes sociais, podem ser espaços para evitar o esquecimento coletivo de maiorias minorizadas, como povos indígenas e negros (MOURA, FIGUEIREDO, NUNES, 2014). Esses grupos são, segundo Moura, Figueiredo e Nunes, integrantes da periferia político-econômica do Brasil. Nas redes sociais, eles encontraram espaço para popularizar as demandas e pautas de mudança social pelas quais lutam fora da internet. Com o compartilhamento on-line de suas reivindicações, essas maiorias minorizadas contribuem para o fortalecimento da luta contra hegemônica. Esses criadores de conteúdo on-line são chamados de “novos autores”.

O desenho de como estas comunidades, mesmo que ainda de forma experimental e não massificada, têm praticado, no Brasil, produções que criam este cenário de ‘novos autores’ com um acento social em forma de memória social. Comunidades que se declaram como instauradoras de novas territorialidades. Ao declarar-se demarcam, potencialmente, um regime estatutário para as novas mídias sociais, muito além do campo do entretenimento ou do marketing de produtos (MOURA, FIGUEIREDO, NUNES, 2014, p.197-198).

4.4 Discussões raciais nas redes e impactos no mercado de trabalho

Seguindo a lógica do ciberativismo de Ugarte e do surgimento de novos autores, como propõem Moura, Figueiredo e Nunes, é importante descrever como os movimentos de mulheres negras brasileiras atuam nas redes sociais. Para tanto, é necessário entender as características dos movimentos sociais na internet. Castells (2013) afirma que, nas redes sociais, os movimentos não têm limites físicos a serem seguidos: a internet é um espaço livre, onde qualquer pessoa pode se envolver e participar das discussões levantadas. Por isso, a expansão das pautas e as reivindicações de cada movimento ocorrem com maior facilidade, de maneira não hierarquizada, podendo atingir qualquer usuário.

Embora os movimentos tenham em geral sua base no espaço urbano, mediante ocupações e manifestações de rua, sua existência contínua tem lugar no espaço livre da internet. Por serem uma rede de redes, eles podem dar-se ao luxo de não ter um centro identificável, mas ainda assim garantir as funções de coordenação, e também de deliberação, pelo inter-relacionamento de múltiplos núcleos. Desse modo, não precisam de uma liderança formal, de um centro de comando ou de controle, nem de

uma organização vertical, para passar informações ou instruções. Essa estrutura descentralizada maximiza as chances de participação no movimento, já que ele é constituído de redes abertas, sem fronteiras definidas, sempre se reconfigurando segundo o nível de envolvimento da população em geral (CASTELLS, 2013, p.129).

Apesar de terem início nas redes sociais da internet, esses movimentos sociais também devem atuar fora das redes: nas ruas, em protestos e outros tipos de ações que ocorram off-line. Para Castells (2013), as ações desses grupos devem ocupar ambos os espaços: o digital e o urbano. Dessa forma, é possível desenvolver ações mais concretas de transformações sociais. O autor chama o processo fusão entre os espaços digital e urbano de “autonomia” do movimento social.

O espaço do movimento é sempre feito de uma interação do espaço dos fluxos na internet e nas redes de comunicação sem fio com o espaço dos lugares ocupados e dos prédios simbólicos visados em seus atos de protesto. Esse híbrido de cibernética e espaço urbano constitui um terceiro espaço, a que dou o nome de espaço da autonomia, porque só se pode garantir autonomia pela capacidade de se organizar no espaço livre das redes de comunicação; mas, ao mesmo tempo, ela pode ser exercida como força transformadora, desafiando a ordem institucional disciplinar, ao reclamar o espaço da cidade para seus cidadãos. Autonomia sem desafio toma-se retirada. Desafio sem uma base permanente para a autonomia no espaço dos fluxos equivale a um ativismo interrompido. O espaço da autonomia é a nova forma espacial dos movimentos sociais em rede (CASTELLS, 2013, p. 129).

Essas características podem ser observadas em ações da comunidade de mulheres negras brasileiras na internet. Uma das maiores páginas brasileiras sobre o assunto, o portal Geledés¹ nasceu em 1997. O site faz parte do Geledés – Instituto da Mulher Negra, criado em abril de 1988. A organização busca lutar contra o racismo e promover ações que contemplem mulheres negras brasileiras.

O portal conta com artigos, reportagens e análises sobre diversos assuntos, como questões de gênero e raciais, discriminação, preconceitos, África e Diáspora. Além disso, o portal conta com uma seção que publica textos e artigos enviados por leitores — evidenciando a característica horizontal dos movimentos sociais nas redes, descrita por Castells (2013).

Outra referência no movimento feminino negro brasileiro nas redes é o portal Blogueiras Negras². Criado em 2012, o veículo é uma comunidade com mais de 1.300 mulheres, que buscam debater temáticas sobre feminismo e antirracismo. A página conta com cerca de 200

¹ GÉLEDÉS. **Geledés**, 2009. Quem Somos. Disponível em <<https://www.geledes.org.br/geledes/quem-somos/>>. Acesso em 20 out. 2020.

² BLOGUEIRAS NEGRAS. **Blogueiras Negras**, 2020. Quem Somos – Reinventando a tela. Disponível em <<http://blogueirasnegras.org/quem-somos/>>. Acesso em 20 out. 2020.

autoras. Assim como o Geledés, o Blogueiras Negras segue os princípios descritos por Castells (2013) a respeito dos movimentos sociais nas redes:

Somos uma comunidade on-line e off-line, um coletivo de mulheres negras que escrevem, falam e produzem conhecimento a partir de suas vivências e experiências como mulher negra. Temos o feminismo negro como plano de fundo e assim como nos alimentamos dele, nos esforçamos e tentamos construir para que possamos alimentá-lo com nossas histórias, nossas experiências e nossa prática (BLOGUEIRAS NEGRAS, 2020).

O debate sobre racismo, racismo institucional e interseccionalidade nas redes também gera frutos fora da internet. Quando o assunto é renda, empreendedorismo e mercado de trabalho é possível ressaltar uma série de ações que ganharam espaço nas redes e auxiliaram homens e mulheres negras no acesso a oportunidades de emprego, estágio profissional ou cursos de capacitação.

Uma dessas ações é o Movimento Afro Presença³, desenvolvido a partir do Projeto Nacional de Inclusão de Jovens Negras e Negros Universitários no Mercado de Trabalho (iniciativa do Ministério Público do Trabalho). A proposta do Afro Presença é debater e prevenir as desigualdades raciais no mercado de trabalho, além de incentivar práticas antirracistas dentro das organizações.

O projeto realizou um evento sobre o assunto, que ocorreu entre os dias 30 de setembro e 02 de outubro de 2020, em formato virtual. As atrações foram divididas em três eixos: Sociedade em Debate, Mercado em Debate e Carreira em Debate, com participação de representantes de grandes empresas, oficinas, dicas para recrutamento e seleção e outros conteúdos. O evento foi idealizado e coordenado pelo Ministério Público do Trabalho em São Paulo e realizado pelo Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU) no Brasil.

Outras ações que ganharam destaque em 2020 foram os processos seletivos exclusivos para pessoas negras como forma de ingresso no quadro de funcionários de empresas privadas. Um dos destaques foi a seleção de *trainees* da rede nacional de lojas Magazine Luiza, dirigida pela empresária Luiza Trajano.

A empresa se posiciona como o maior ecossistema para compras e vendas no Brasil, com mais de 1.100 pontos de venda física e plataforma digital. A empresa também afirma que pretende “digitalizar o Brasil, trazendo ao acesso de muitos o que é privilégio de poucos”. Para realizar os projetos, a organização conta com 35.000 funcionários.

³ AFRO PRESENÇA. **Afro Presença**, 2020. Empoderamento e Inclusão. Disponível em <<https://afropresenca.com.br/>>. Acesso em 11 nov. 2020.

O programa *Trainee 2021 #VemProMagalu* foi lançado em setembro de 2020, com o propósito de “ampliar a voz da negritude no processo de digitalização do Brasil” (MAGAZINE LUIZA, 2020). O processo seletivo é inteiramente destinado a pessoas negras universitárias ou recém-formadas. Os aprovados passarão, durante 12 meses, por ações de capacitação técnica e comportamental, fazendo rodízio nas áreas de atuação da empresa (comercial, *e-commerce*, financeiro, gestão de pessoas, logística, *luizalabs*, marketing, marketplace e operações).

Na página do programa, a organização publicou um manifesto que explica a criação do processo seletivo exclusivamente para pessoas negras. De acordo com a Magazine Luiza, o projeto visa valorizar profissionais negros e negras, que sofrem até hoje as consequências da escravidão e lutam diariamente contra o racismo.

Todos sabemos sobre o passado ancestral da população negra no Brasil, a escravidão por décadas foi uma história que deixou reflexos sociais que distanciam, excluem e anulam pessoas negras de oportunidades e essas marcas podem ser sentidas em todos os espaços. Precisamos caminhar juntos nesse processo histórico que só pode ser reparado quando entendemos o impacto do que é estrutural e hoje queremos derrubar essa barreira de forma saudável através da oportunidade repaginando essa história com responsabilidade. Histórias inovadoras só acontecem por meio da transformação e a transformação só acontece por meio do acesso. A transformação acompanha raízes e a população negra construiu uma história de resistência e persistência que carrega a esperança de dias melhores. Queremos alcançar a verdadeira equidade através da riqueza que existe na diversidade. Sabemos que não vamos consertar tudo isso sozinhos, mas assumimos a nossa responsabilidade perante a sociedade de transformar essa história e cooperar para um cenário mais justo trabalhando com transparência, humildade e respeito. [...] Queremos construir novas histórias a partir da valorização de profissionais negros dentro do mercado de trabalho construindo uma nova história (MAGAZINE LUIZA, 2020).

Outras empresas também adotaram processos seletivos exclusivos para pessoas negras em 2020. É o caso da Bayer, organização química e farmacêutica que atua nas áreas de saúde, nutrição e agricultura. Em setembro de 2020, a empresa anunciou o programa *Liderança Negra Bayer*, com o objetivo de contratar pessoas negras para o programa *trainee* de 2021. O programa tem duração de 18 meses, com capacitação técnica e sócio emocional, e é direcionado para graduados e pós-graduados negros.

Em texto publicado no site da campanha, a empresa afirma que pretende construir um quadro de funcionários mais diverso.

Ao olharmos para a realidade brasileira percebemos que, mesmo com uma população de 56% de pessoas que se autodeclararam negras, uma gigantesca parcela delas não faz parte do mercado formal de trabalho, ainda mais quando aproximamos a lupa em cargos de liderança - inclusive na Bayer. Por isso, daremos um passo essencial em nossa jornada: o primeiro Programa de Trainees voltado para valorização da diversidade étnico racial. Através desta iniciativa, queremos construir

um pipeline de profissionais diversos, abrindo espaço para um ambiente cada vez mais inclusivo, inovador e sustentável (BAYER, 2020).

A Ambev, empresa dedicada à produção de bebidas, também abriu, nos meses de julho e de agosto de 2020, o programa *Representa Estágio*, inteiramente destinado a universitários negras e negros. De acordo com a organização, a proposta é “gerar oportunidades reais de desenvolvimento para pessoas negras” (AMBEV, 2020). Os projetos citados são exemplos de como o debate levantado pelos movimentos sociais de pessoas negras nas redes sociais podem entrar em expansão, gerando mudanças em diversas áreas da esfera social.

Na mira do debate sobre representação de pessoas negras no mercado de trabalho brasileiro, outro caso que teve destaque em 2020 foi o do banco digital Nubank, criado em São Paulo, em 2013. A organização afirma, em sua página na internet, que “trata cada cliente como pessoa”⁴. No dia 19 de outubro de 2020, uma das co-fundadoras e diretoras da organização, Cristina Junqueira, participou do programa de entrevistas Roda Viva, da TV Cultura, transmitido via YouTube⁵.

Uma das jornalistas presentes na bancada do programa era Angelica Mari, da revista Forbes Brasil. Ela perguntou à Cristina se o Nubank conta com políticas afirmativas para inserir mais funcionários negros nos cargos de liderança da organização. Em resposta, Cristina afirmou que o banco tem “grupos focais de recrutamento para todas as funções, em todos os níveis, focados em minorias subrepresentadas”.

A co-fundadora disse, ainda, que existe uma dificuldade em contratar pessoas para o quadro de funcionários da empresa, e citou a falta de capacitação como um dos problemas. “Não basta a gente ser uma empresa de tecnologia que trabalha com linguagens que pouca gente conhece, o lado analítico muito forte, essa questão de ciência de dados. A gente ainda tem a exigência do inglês, que é algo que muitas vezes pode ser uma barreira”, afirmou.

Questionada sobre o alto grau de exigência de capacitação ser um possível impedimento para a contratação de pessoas negras, Cristina finalizou a fala afirmando: “não dá para nivelar por baixo”. O comentário recebeu diversas críticas de ativistas do movimento negro nas redes sociais e a diretora foi acusada de racismo por dar a entender que não existem profissionais negros qualificados para cargos de liderança. O caso coloca em foco a falta de preparo das

⁴ NUBANK. **Blog.nubank.com**, 2020. Diversidade racial no Nubank: O que fazemos — e porque isso ainda não é o bastante. Disponível em: <<https://blog.nubank.com.br/diversidade-racial-no-nubank-o-que-fazemos-e-por-que-isso-ainda-nao-e-o-bastante/>>. Acesso em: 16 dez. 2020.

⁵ RODA VIVA. **Cristina Junqueira sobre ações para a entrada de pessoas negras no mercado**. 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=b5gXW08w1LE>>. Acesso em: 16 dez. 2020

empresas para receber funcionários negros e a característica vigilante sobre a temática que os movimentos negros desenvolveram nas redes sociais.

4.5 Empreendedorismo social

Como citado anteriormente, a procura de um espaço digital para compartilhamento de ideias e luta contra hegemonia são dos pontos favoráveis para a criação de projetos e empresas sociais na internet.

De acordo com Dees (2001), teórico da área de empreendedorismo e administração, os empreendimentos sociais são negócios que têm a missão social como objetivo principal. Diversos tipos de organizações podem ocupar esse espaço: das empresas privadas às organizações sem fins lucrativos. O fator que as coloca no nicho de negócio social é o comprometimento com a mudança de algum ramo desfavorecido da sociedade.

Para um empreendedor social, a missão social é fundamental. É uma missão de progresso social que não pode ser reduzida à criação de benefícios privados (retorno financeiro ou vantagens de consumo) para os indivíduos. Ter lucro, criar riqueza ou corresponder aos desejos dos clientes pode fazer parte do modelo, mas como meios para um fim social, não como o fim em si mesmo. Nem o lucro nem a satisfação dos clientes são a bitola para a criação de valor; a bitola é o impacto social (DEES, 2001, p.5).

Além de oferecer soluções de impacto social, essas empresas utilizam as redes sociais e as plataformas digitais onde estão hospedadas como local de debate e prática do ciberativismo e da inteligência coletiva. Essas páginas são espaços onde diversas pessoas que acreditam nas mesmas causas sociais compartilham ideias e interesses.

No Brasil, existem diversos negócios sociais que utilizam a tecnologia para oferecer e divulgar serviços voltados para a comunidade negra. Alguns exemplos são as empresas Diáspora Black⁶, da área do turismo, Terra Preta Produções⁷, do ramo audiovisual, o Clube da Preta⁸, que atua com moda, beleza e literatura, e a Conta Black⁹, do setor bancário.

⁶Plataforma digital focada em turismo. A empresa oferece roteiros turísticos e opções de hospedagem personalizados para viajantes negros, além de disponibilizar treinamentos para que empresários do segmento turístico possam atender hóspedes de diferentes raças e nacionalidades de maneira adequada e antirracista

⁷Produtora/coletivo de audiovisual que busca promover acesso a serviços audiovisuais para parceiros e clientes, com o objetivo de oferecer serviços de qualidade para pessoas com menos serviços financeiros. A equipe é composta apenas por profissionais negros e diversos. A ideia é usar o audiovisual como ferramenta de combate ao preconceito.

⁸Plataforma que conecta afroempreendedores a clientes por meio de um clube de assinaturas. Os assinantes recebem, mensalmente, uma caixa com produtos do universo afro, como livros, produtos de beleza, acessórios e roupas, de acordo com o perfil pessoal. A proposta do projeto é incentivar a compra de produtos feitos por profissionais negros.

Nesta pesquisa, será analisada a maneira que a convergência tem sido favorável para negócios sociais voltados para empreendedorismo, educação financeira e mercado de trabalho para a comunidade negra, especialmente para mulheres afrodescendentes, o grupo minoritário que mais sofre com as condições do mercado de trabalho brasileiro atualmente.

5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa foi realizada em três etapas. A primeira parte do estudo foi uma pesquisa quanti-qualitativa aplicada no formato de questionário on-line com mulheres negras moradoras do Distrito Federal. A proposta era diagnosticar a demanda desse público pela criação de uma plataforma digital sobre emprego, empreendedorismo e capacitação, com objetivo de compreender os motivos pelos quais elas seguiriam a página. Além disso, buscou-se compreender a qual tipo de conteúdo e serviço elas gostariam de ter acesso neste canal. Os resultados da parte qualitativa do questionário foram obtidos por meio de análise de conteúdo.

A segunda etapa da pesquisa foi a aplicação de entrevista com a diretora da Afroricas, uma plataforma digital que já existe e aborda temáticas como mercado de trabalho, empreendedorismo e capacitação para mulheres negras no Distrito Federal. O objetivo da entrevista foi compreender as dificuldades em operar este tipo de plataforma.

A terceira etapa da pesquisa foi a sugestão de um plano de negócios para avaliar a viabilidade de uma plataforma digital sobre empreendedorismo, capacitação e mercado de trabalho, que tem como público-alvo jovens negras do Distrito Federal, com base nos resultados da análise de conteúdo e nas entrevistas realizadas. A seguir, serão detalhados os processos de cada etapa da pesquisa.

5.1 Etapa 1: Pesquisa quanti-qualitativa

5.1.1 Elaboração do questionário e dados demográficos do Distrito Federal

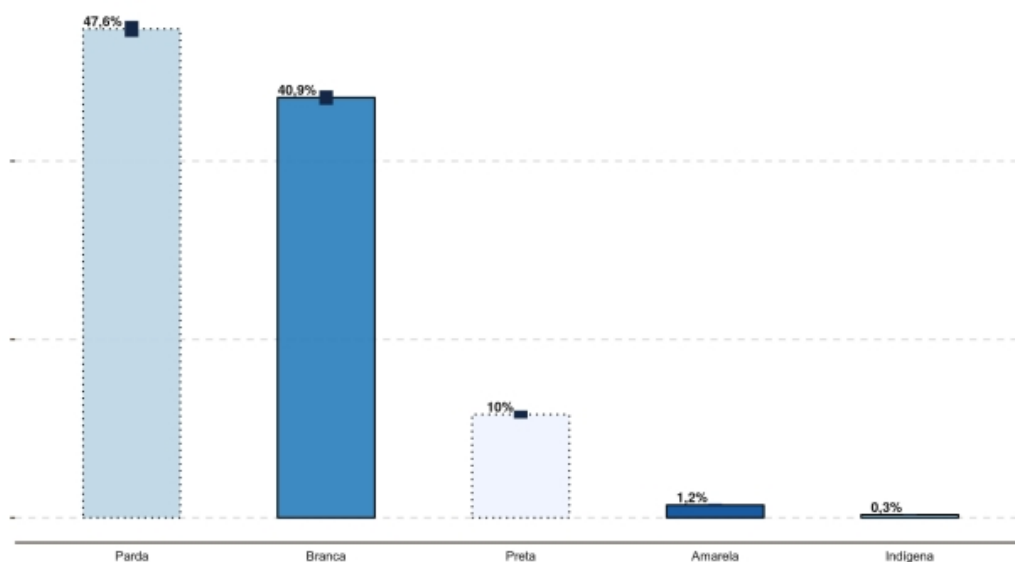
Para delimitar qual seria o público-alvo da pesquisa e quais seriam os enfoques da sugestão de plano de negócios proposta, foram consultados estudos sobre a população do Distrito Federal. A primeira pesquisa consultada foi O Perfil da Juventude do Distrito Federal, elaborada pela Companhia de Planejamento do Distrito Federal (CODEPLAN). Segundo a pesquisa, no Brasil, o Estatuto da Juventude considera, desde 2013, a juventude como o período entre 15 e 29 anos de idade. É nesse intervalo de tempo que o indivíduo alcança uma série de etapas

⁹Conta bancária digital que busca ampliar serviços bancários às pessoas que ainda não têm acesso a esse serviço. Busca oferecer serviços bancários de forma não burocrática especialmente a pessoas negras e de baixa renda.

importantes: permissão para ingressar no mercado de trabalho como jovem aprendiz, direito de voto nas eleições, maioridade penal, início de formação universitária ou técnica e ingresso no mercado de trabalho formal (CODEPLAN, 2016). Por isso, nesta pesquisa, serão analisadas as respostas de jovens negras de até 29 anos de idade.

Outro estudo consultado foi a Pesquisa Distrital por Análise em Domicílio (PDAD), de 2018, também elaborada pela Codeplan. De acordo PDAD 2018 (CODEPLAN, 2018) a população do DF naquele ano era de 2.881.854 pessoas, sendo 52,2% do sexo feminino. A maior parte dos moradores se declarou parda (47,6%), e os pretos autodeclarados formavam 10% da população. Ou seja, em 2018, o número de negros (pretos e pardos) representava a maioria da população distrital: 57,6%, como mostra a Fig.5.

Figura 5—Distribuição da população por raça/cor da pele em 2018



Fonte: PDAD (2018, p.12)

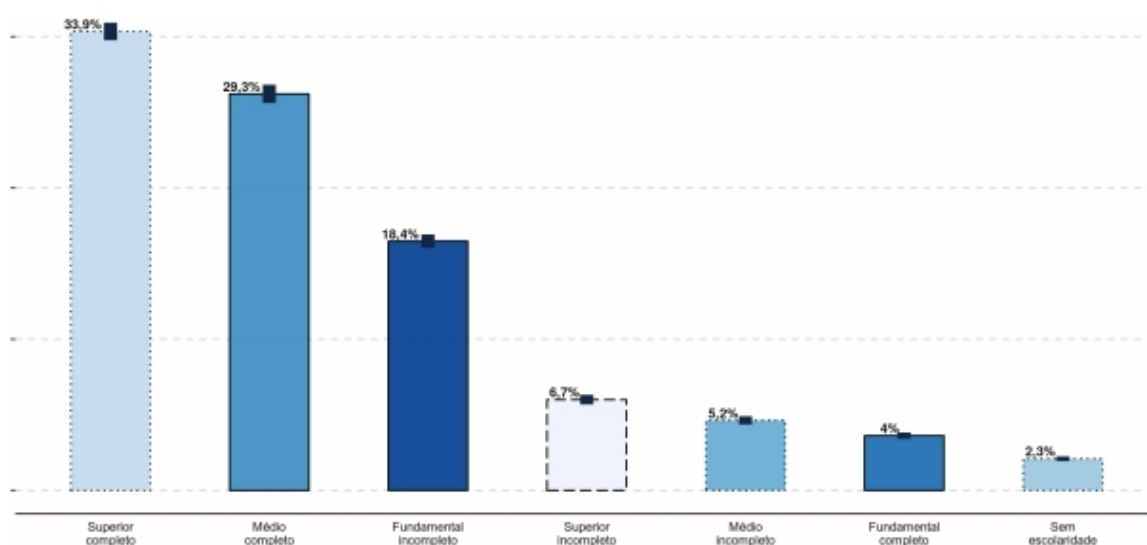
Outro apontamento presente na PDAD 2018 (CODEPLAN, 2018) é a divisão da população do Distrito Federal em quatro grupos, de acordo com informações sobre renda. É importante citar esses dados, pois as ações da plataforma desenvolvida a partir desta pesquisa darão atenção especial às regiões onde se concentram pessoas de baixa e média renda.

Em 2018, as regiões administrativas de Brazlândia, Ceilândia, Planaltina, Riacho Fundo, Riacho Fundo II, SIA, Samambaia, Santa Maria e São Sebastião abrigavam pessoas com renda domiciliar média de R\$ 3.101. Para a Codeplan, esse grupo é considerado de média-baixa renda. Um total de 1.269.601 pessoas habitavam essas regiões naquele ano (CODEPLAN, 2018).

Ainda segundo a PDAD 2018 (CODEPLAN, 2018), moradores da Fercal, Itapoã, Paranoá, Recanto das Emas, SCIA–Estrutural e Varjão tinham renda domiciliar média de R\$ 2.472 em 2018. Segundo a Codeplan, o grupo é considerado de baixa renda. Um total de 310.689 pessoas residiam nessas regiões em 2018.

Outra temática presente da pesquisa da Codeplan é o ingresso no mercado de trabalho, que está diretamente ligado aos níveis de escolaridade. Em 2018, 33,9% da população do Distrito Federal com 25 anos ou mais declarou ter ensino superior completo, como mostra a Fig. 6.

Figura 6—Distribuição da escolaridade da população com 25 anos ou mais em 2018



Fonte: PDAD (2018, p.34)

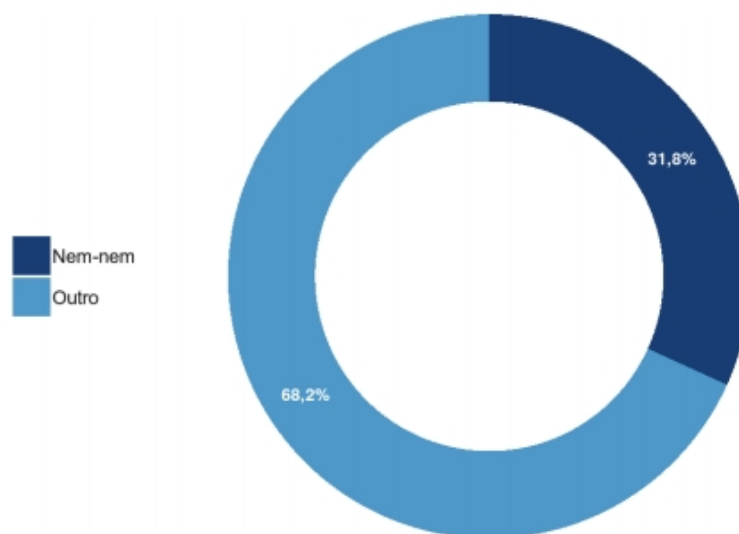
No entanto, quando a média é relativa aos grupos de média e baixa renda, os números mostram outra realidade. Apenas 16% das pessoas de média-baixa renda declararam ter completado a graduação. A maior parte delas, 36,1%, têm o ensino médio completo. O segundo maior índice desse grupo é o de pessoas com ensino fundamental incompleto: 26% (CODEPLAN, 2018).

Os dados sobre a população de baixa renda também mostram que a faculdade não é uma realidade para todos: apenas 9,7% desse grupo terminou a graduação. A maior parte dos habitantes de baixa renda, 32,6%, têm apenas o ensino fundamental completo. O segundo maior índice é o de pessoas com ensino médio completo: 31,5% (CODEPLAN, 2018).

A PDAD mostra que, em 2018, 61% da população com 14 anos de idade ou mais era economicamente ativa no Distrito Federal. Os dados sobre a parcela da população chamada “nem-nem” (não trabalha e nem estuda) eram de 31,8% para pessoas de 18 a 29 anos de

idade, como mostra a Fig. 7. A pesquisa também mapeou dados sobre os locais onde a população ocupada (formada por quem está empregado ou por quem está desempregado mas segue à procura de trabalho) exerciam seus trabalhos principais. A maior parte da população do Distrito Federal trabalhava no Plano Piloto. Cidades como Recanto das Emas e Ceilândia também foram muito citadas por moradores de média-baixa renda e baixa renda.

Figura 7—Percentual da população de 18 a 29 anos que não trabalhava, nem estudava em 2018



Fonte: PDAD (2018, p.36)

Ainda de acordo com a PDAD 2018 (CODEPLAN, 2018), o setor de trabalho mais exercido pela população era o de serviços e, em segundo lugar, o de comércio. A condição de empregado também foi maioria entre todos os grupos. Em seguida, a posição mais ocupada era a de autônomo ou trabalhador por conta própria. A média do rendimento bruto do trabalho principal dos moradores de média-baixa e baixa renda Distrito Federal era de 1 a 2 salários mínimos em 2018. Quanto à renda domiciliar, a média dos grupos era de 2 a 5 salários mínimos.

Outro assunto relevante para a criação de uma plataforma digital é a relação da população do Distrito Federal com a internet. Segundo a PDAD 2018, 14% da população de média-baixa renda tinha tablet em casa. O número de pessoas com microcomputador ou desktop nesse grupo era de 27,6%. Além disso, 36,2% dos participantes do grupo tinham notebook ou laptop em casa (CODEPLAN, 2018). No grupo de baixa renda, a porcentagem de pessoas com tablet em casa era de 12%. A população que possuía microcomputador ou desktop era de 21,8%. Os dados sobre quem tinha notebook ou laptop eram de 28,6%. Quanto o acesso à internet, a

maior parte da população dos dois grupos utilizava por meio de sinal de rede celular 3G ou 4G próprio. Em segundo lugar, estava a modalidade de acesso por meio de banda larga própria.

5.1.2 Aplicação do questionário

O questionário base para esta pesquisa teve 22 questões e foi aplicado virtualmente entre os dias 14 e 22 de outubro de 2020, por meio da plataforma Google Formulários. Das 22 questões, cinco eram abertas e 18 eram fechadas. As perguntas tinham como finalidade entender quais eram as condições de trabalho e renda das entrevistadas, além de compreender quais eram as demandas de cada uma pela criação da plataforma digital sobre mercado de trabalho para mulheres negras do Distrito Federal. A Tabela 1 mostra a lista de perguntas aplicadas.

Tabela 1—Perguntas do questionário sobre mulheres negras e mercado de trabalho no Distrito Federal

Perguntas do questionário sobre mulheres negras e mercado de trabalho no Distrito Federal			
Nº da questão	Questão aberta ou fechada?	Pergunta	Alternativas
1	Fechada	Com qual gênero você se identifica?	Feminino; masculino; não-binária.
2	Fechada	Qual é a sua idade?	Até 18 anos; de 18 a 24 anos; de 25 a 29 anos; 30 anos ou mais.
3	Fechada	Você se declara:	Preta; parda; indígena; branca; amarela.
4	Fechada	Qual é o seu grau de escolaridade?	Cursando Ensino Fundamental; Ensino Fundamental Completo; Cursando Ensino Médio; Ensino Médio Completo; Cursando Ensino Superior; Ensino Superior Completo; Pós-graduação, mestrado ou doutorado; sem escolaridade.
5	Aberta	Em qual região administrativa do DF você mora?	-
6	Fechada	Você está empregada?	Sim; não.
7	Fechada	Qual é a modalidade da sua ocupação?	Ocupação formal; ocupação informal; não trabalho.
8	Aberta	Se você não trabalha, responda: porque ainda não está no mercado de trabalho?	-
9	Fechada	Qual é a média do rendimento bruto do seu trabalho principal?	Até 1 salário mínimo; mais de 1 a 2 salários mínimos; mais de 2 a 5 salários mínimos; mais de 5 a 10 salários mínimos; mais de 10 a 20 salários mínimos; mais de 20 salários mínimos; não trabalho.
10	Fechada	Qual é a média de renda domiciliar da sua família?	Até 1 salário mínimo; mais de 1 a 2 salários mínimos; mais de 2 a 5 salários mínimos; mais de 5 a 10 salários mínimos; mais de 10 a 20 salários mínimos; mais de 20 salários mínimos.

11	Fechada	Você tem acesso à internet em casa?	Sim; não.
12	Fechada	Você tem smartphone?	Sim; não.
13	Fechada	Você usa redes sociais?	Sim; não.
14	Fechada	Se sim, quais?	Facebook; Instagram; WhatsApp; YouTube; LinkedIn; TikTok; Twitter; não uso redes sociais; outra.
15	Fechada	Como você procura informações sobre o mercado de trabalho?	Sites de vagas; redes sociais; indicações; anúncios impressos; não procuro; outro.
16	Fechada	Como você procura informações sobre cursos de capacitação?	Sites especializados; redes sociais; indicações; anúncios impressos; não procuro; outro.
17	Fechada	Você conhece sites, redes sociais, aplicativos ou canais de YouTube sobre mercado de trabalho para mulheres negras?	Sim; não.
18	Aberta	Se sim, quais?	-
19	Fechada	Você seguiria um site ou rede social especializado em informações sobre mercado de trabalho para mulheres negras?	Sim; não.
20	Aberta	Porque?	-
21	Aberta	O que você gostaria de ver em uma plataforma sobre o tema?	-
22	Fechada	Em quais plataformas você gostaria de acessar conteúdo sobre mercado de trabalho para mulheres negras?	Instagram; Facebook; TikTok; LinkedIn; Twitter; Site; Aplicativo para celular; YouTube; WhatsApp; não gostaria.

Fonte: Elaborado pela autora (2020)

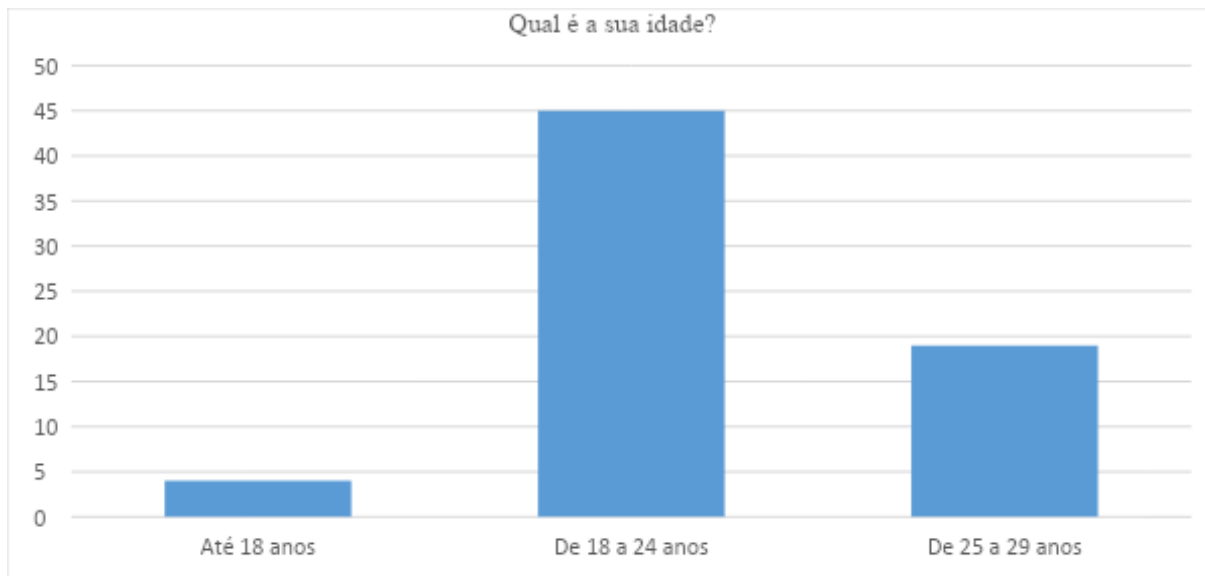
O questionário foi compartilhado em diversos grupos na internet e em redes sociais como WhatsApp, Instagram, Facebook e Twitter, principalmente no círculo social e acadêmico da autora desta pesquisa. Ao todo, foram coletadas 90 respostas. Para garantir que os dados analisados fossem fiéis ao público-alvo da pesquisa (mulheres negras de até 29 anos), foram acrescentadas perguntas sobre o gênero, a idade e a etnia dos participantes. Dessa forma, foi possível filtrar o número de respondentes que se encaixavam nesses parâmetros: 68 mulheres. Portanto, as respostas dessas 68 pessoas foram utilizadas na análise.

5.1.3 Perfil das respondentes

Antes de realizar análise de conteúdo sobre a opinião das respondentes a respeito da criação da plataforma digital, é interessante entender o perfil desse público. A seguir, estão expostos os dados mais relevantes sobre as participantes. Dentre as 68 respondentes, a maior parte tem

entre 18 e 24 anos (66,2%). As entrevistadas com idades entre 25 a 29 anos representam 27,9% do total, e as de até 18 anos representavam 5,9%, como mostra a Fig. 8.

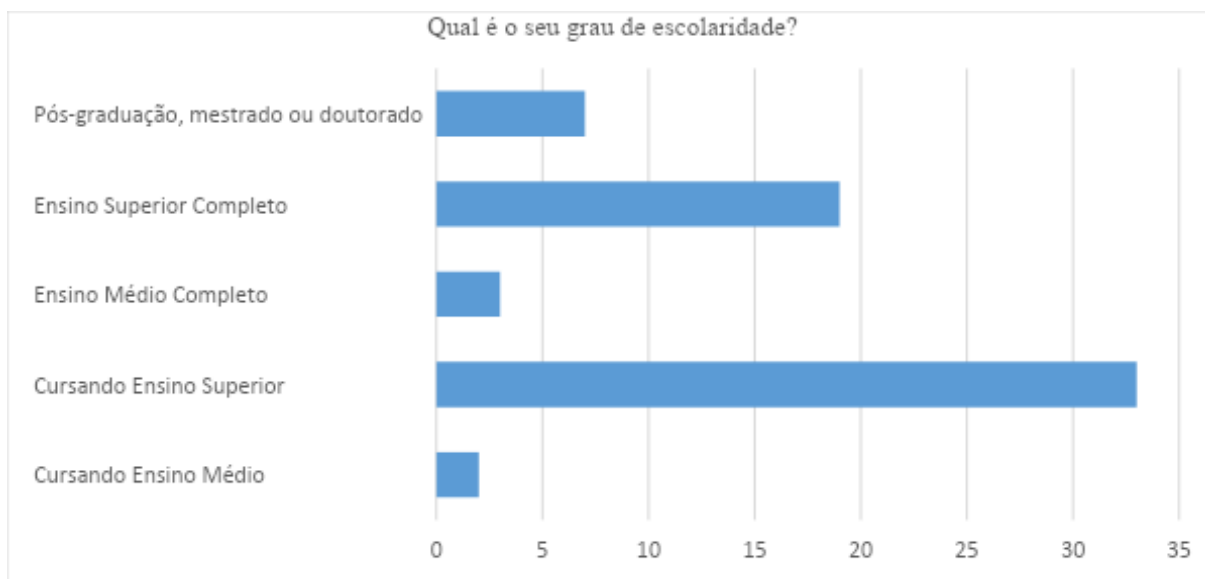
Figura 8—Qual é a sua idade?



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Todas as respondentes se declararam pretas (70%) ou pardas (30%), e a maior parte é estudante do ensino superior (48,5%) ou já finalizou a graduação (27,9%), como mostra a Fig. 9. São moradoras de diversas cidades do Distrito Federal e do Entorno, mas a maior parte vive em regiões administrativas como Taguatinga (13,2%), Ceilândia (11,8%), Samambaia (8,8%), Sobradinho (7,4%) e Asa Norte (7,4%).

Figura 9 — Qual é o seu grau de escolaridade?



Fonte: Elaborado pela autora (2020)

A questão “Você está empregado?” teve resultados interessantes: a maior parte das respondentes afirma estar empregada (54,4%), mas o número jovens que não trabalham também é alto: 45,6%. Entre as empregadas, a maioria (33,8%) é formada por mulheres que ocupam cargos informais (pessoas que trabalham no setor privado sem carteira de trabalho assinada; trabalhadores domésticos sem carteira de trabalho assinada; trabalhadores por "conta própria" sem CNPJ; empregadores sem CNPJ ou trabalhadores familiares auxiliares).

As participantes que marcaram a opção “não trabalho” deram uma série de explicações sobre a situação. Parte das respostas estão relacionadas à falta de oportunidades de emprego, falta de capacitação e à dificuldade de ser chamada para entrevistas. Outras participantes afirmaram que não estão buscando trabalho no momento. Os resultados podem ser vistos na Tabela 2.

Tabela 2 — Se você não trabalha, responda: porque ainda não está no mercado de trabalho?

Se você não trabalha, responda: porque ainda não está no mercado de trabalho?
Porque não tive oportunidade.
Dificuldade de ingressar em um estágio
Não tem muitas oportunidades para minha área em estágio
Por que meu curso é integral e não me dá tempo para trabalhar. Só estágio.
Porque mesmo mandando meu currículo nunca sou chamada pra entrevista.
Cursando ensino superior (integral)
Porque envio currículo, mas infelizmente não sou chamada para entrevistas.
Porque mesmo mandando meu currículo nunca sou chamada pra entrevista.
Estou no momento estudando, mas pretendo ano que vem estagiar.
Sou profissional liberal trabalho por demanda. Psicologia
Não procurei emprego na minha área de formação. Não há interesse de emprego por enquanto (pandemia)
Sou recém-formada em Ciências Ambientais, o mercado de trabalho para o curso ainda está crescendo
Falta de oportunidade
Sem esperança, mas felizmente estou tranquila financeiramente
[Trabalho informal, por cultura e empreendedorismo. Sobre contrato ou carteira ass, eu n sei dizer, a 3 anos procuro trabalho (1° trampo) mas querem experiência e etc Me mantenho como freelance
Falta de oportunidade
Trabalho com produção cultural
Conclui a graduação recentemente e estou em busca do primeiro emprego, participando de processos seletivos.
Pois ainda não fui aceita em nenhum programa de estágio que me candidatei.

Fui demitida durante a pandemia
Sempre pedem experiência.
Dificuldade de acesso a vagas por não ter inglês fluente
Não chego nem na parte de entrevista (já me disseram que sou qualificada de mais)
Por falta de experiência
Pois ainda não fui aceita em nenhum programa de estágio que me candidatei.
Minha graduação é integral e são 6 anos para formar
Pois ainda não fui aceita em nenhum programa de estágio que me candidatei.
Não tem emprego.
Estou fazendo estágio para ter tempo para dedicar à graduação.

Fonte: Elaborado pela autora (2020)

Outra temática importante para a elaboração da plataforma digital é o acesso à internet. A maior parte das respondentes tem acesso à internet em casa, usa smartphone e acessa redes sociais. Além disso, a maioria afirma que seguiria uma página sobre mercado de trabalho, empreendedorismo e capacitação para mulheres negras do Distrito Federal.

A partir das respostas obtidas é possível traçar um perfil das entrevistadas: jovens negras de até 29 anos de idade, estudantes de graduação ou graduadas em curso superior. A maioria está empregada em ocupações informais. As que estão desempregadas enfrentavam problemas para ingresso no mercado de trabalho ou não pretendiam ingressar no mercado na época da pesquisa. Essas jovens são conectadas: têm acesso à internet, usam smartphones e gostariam de acessar conteúdo digital sobre mercado de trabalho, empreendedorismo e capacitação.

5.1.4 Análise de conteúdo: conhecendo o método

Para entender as motivações das respondentes para seguir a plataforma digital proposta nesta pesquisa é preciso analisar as respostas de algumas questões abertas do questionário aplicado. A técnica utilizada foi a análise de conteúdo, definida por Laurence Bardin como

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 2000, p.42).

A técnica é utilizada para analisar dados qualitativos em diversas áreas, como psicologia, história, sociologia, literatura, publicidade e outros campos das ciências humanas. Com o método, é possível obter análises mais certeiras e transparentes dos fatos sociais, colocando

em prova a compreensão espontânea criada ao observá-los. O objetivo da análise de conteúdo é interpretar as informações contidas em mensagens — que podem ser qualquer documento textual (de respostas de entrevistas à discursos proferidos).

Segundo Bardin, o processo é dividido em três etapas principais: a pré-análise; a exploração do material; e o tratamento dos resultados (inferência e interpretação) (BARDIN, 2000). A etapa de pré-análise corresponde à organização e sistematização do material. Essa fase tem três objetivos principais: a escolha e leitura dos documentos que serão analisados; a criação de hipóteses e objetivos e o desenvolvimento de indicadores para a interpretação (BARDIN, 2000).

A segunda etapa descrita por Bardin (2000) é a de exploração e codificação do material. Aqui, deve-se escolher qual será a unidade de registro da análise, ou seja, qual conteúdo fará parte do recorte analisado. Esse conteúdo pode ser um conjunto de frases, palavras, temas, acontecimentos etc. presentes no documento textual analisado. Além disso, o analista precisa definir qual será a regra de enumeração, ou seja, o método utilizado para calcular a frequência ou presença de elementos-chave no texto. Depois, esses elementos devem ser divididos em categorias, de acordo com as características em comum em cada um deles. Por fim, deve-se realizar a inferência e a interpretação dos resultados fornecidos pela análise, de modo que eles sejam significativos (falantes) e válidos (BARDIN, 2000).

5.1.5 Execução da análise

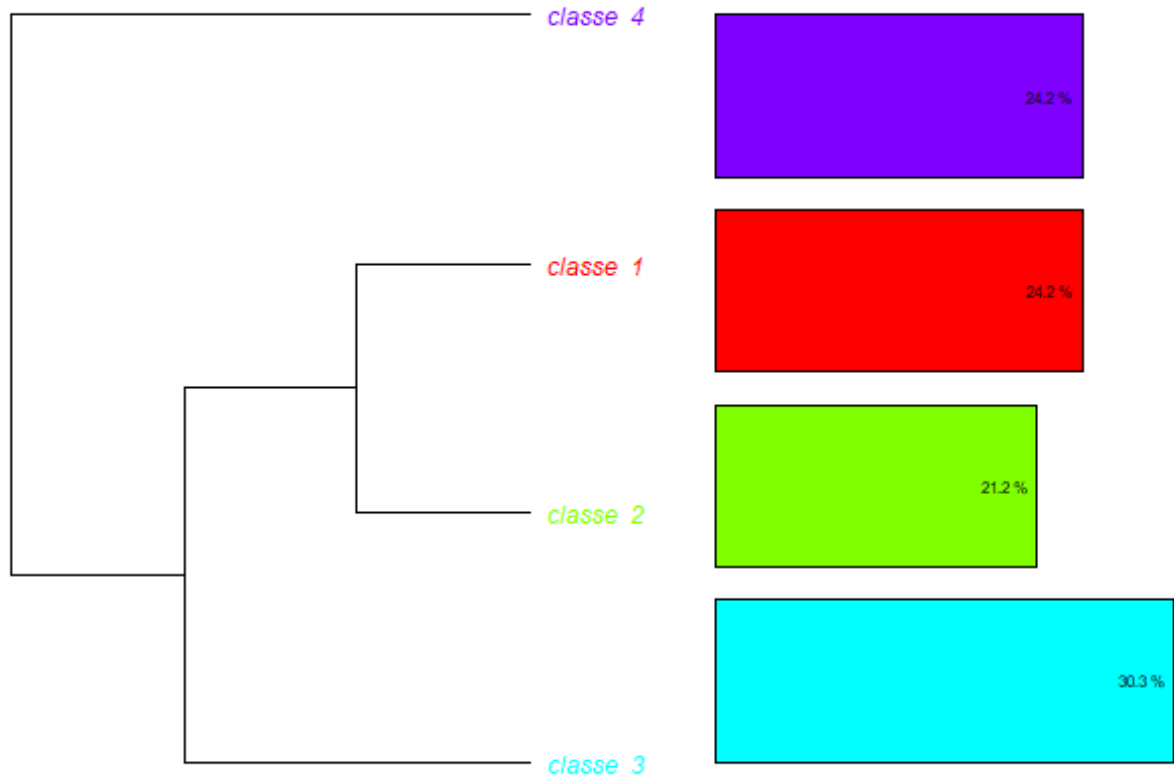
Nesta pesquisa, foi feita análise do conteúdo de duas questões abertas: “Porque [você seguiria um site ou rede social especializado em informações sobre mercado de trabalho para mulheres negras]?” e “O que você gostaria de ver em uma plataforma sobre o tema?”. Para analisar os dados de maneira mais precisa, foi utilizado o software IRaMuTeQ (Interface de R para Análises Multidimensionais de Textos e Questionários) 0.7 alpha 2. O programa é gratuito e realiza análises textuais com estatísticas de frequência.

Na etapa de pré-análise, os textos escolhidos foram agrupados em uma planilha. Para adicioná-los ao software foi preciso limpar os caracteres especiais presentes nos textos pois o programa não faz a leitura desses elementos.

Para a primeira pergunta analisada, “Porque [você seguiria um site ou rede social especializado em informações sobre mercado de trabalho para mulheres negras]?”, foi gerado um dendograma de classificação hierárquica descendente. O software dividiu, em quatro

classes, os grupos de palavras de acordo com o número de ocorrências nos segmentos de texto analisados, conforme mostra a Fig. 10.

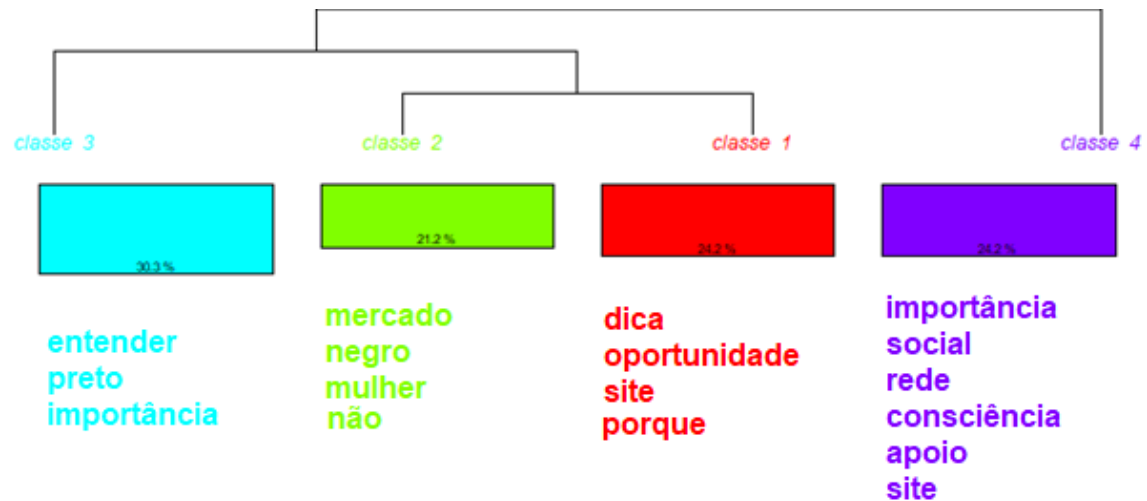
Figura 10 — Dendograma de Classificação Hierárquica Descendente da Pergunta 1



Fonte: Elaborado pela autora por meio do software IRaMuTeQ (2020)

A classe quatro, representada pela figura em roxo, é a que menos se relaciona com as demais categorias. Ela representa 24,2% das unidades de texto analisadas. As classes 1 e 2, representadas pelas cores vermelho e verde, são as que têm maior relação entre si. Elas representam 24,2% e 21,2% das unidades de texto analisadas, respectivamente. A classe três, representada pela cor azul, é a que tem maior porcentagem entre as unidades de texto analisadas: 30,3%. Ela se relaciona rapidamente com as classes dois. O IRaMuTeQ também gerou uma segunda representação do dendograma de classificação hierárquica descendente. Na Fig. 11, é possível ver quais palavras fazem parte das quatro classes.

Figura 11 — Dendograma da Classificação Hierárquica Descendente por palavras da Pergunta 1



Fonte: Elaborado pela autora por meio do software IRaMuTeQ (2020)

Na imagem, é possível ver que na classe quatro (roxo) aparecem as palavras “importância”, “social”, “rede”, “consciência”, “apoio” e “site”. A palavra de maior destaque é “importância”: a frequência dos segmentos de texto que contêm esta palavra é igual a cinco. Pode-se compreender que a classe quatro corresponde à ideia da plataforma proposta como rede de apoio e espaço para evidenciar a importância social do tema. As respostas citadas a seguir evidenciam essa característica:

“Pois como mulher negra tenho plena consciência da **importância** de um site ou rede social deste porte para meu povo” (respondente nº 49);

“Porque considero de extrema **importância** a existência de um lugar seguro para as mulheres pretas e a existência de uma **rede de apoio**” (respondente nº 19);

“Pela **importância** do tema” (respondente nº 24);

“Para dar **apoio** e encontrar vaga para mim também” (respondente nº50);

“Pelo **apoio**” (respondente nº 56).

Na classe três, indicada pela cor azul, aparecem as palavras “entender”, “preto” e “importância”, sendo “entender” a palavra com maior frequência (5). Nesta categoria, as respondentes afirmam que seguiriam a plataforma proposta para entenderem como é ser uma mulher negra no mercado de trabalho, como mostram algumas das respostas:

“É muito importante para **entendermos** como é o mercado de trabalho para nós mulheres pretas” (respondente nº 9);

“Porque é uma das melhores formas de se **entender** como uma profissional preta num mercado de homens brancos” (respondente nº 12);

“Ser mulher negra implica em várias barreiras **entender** como superar essas barreiras seria muito importante” (respondente nº 54);

“Poder **entender** mais a realidade da relação da minha cor com as oportunidades encontradas” (respondente nº 36).

As classes um e dois, em vermelho e verde, respectivamente, foram as que tiveram resultados mais diversos — e são as que têm maior relação entre si. A classe um destacou as palavras “porque”, “dica”, “oportunidade” e “site”, sendo “porque” a palavra mais recorrente (8 aparições). A expressão foi utilizada no início de diversas frases para explicar o motivo pelo qual a respondente seguiria a plataforma proposta. As respostas dialogam com temáticas como busca de oportunidades e dicas no mercado de trabalho, mas também se encaixariam nas classes citadas anteriormente.

“**Porque** um site especializado consegue falar de acordo com as principais dificuldades enfrentadas pela população negra mesmo que as **dicas** sirvam para todas as pessoas” (respondente nº 10);

“**Porque** isso criaria uma corrente onde nós mulheres negras poderíamos buscar ajuda e conhecimento na busca de novas **oportunidades**” (respondente nº 15);

“**Porque** somos as mais afetadas no desemprego ter algo voltado para isso é necessário” (respondente nº 18).

Na classe dois, em verde, as respostas em destaque foram “mercado”, “negro” e “mulher”, sendo “não” a palavra com maior frequência (4 aparições). Nesta classe, a temática é a negatividade da inserção de mulheres negras no mercado de trabalho.

“Acho essencial estar por dentro do **mercado** de trabalho principalmente por ser um pouco fechado para **mulheres negras**” (respondente nº 86);

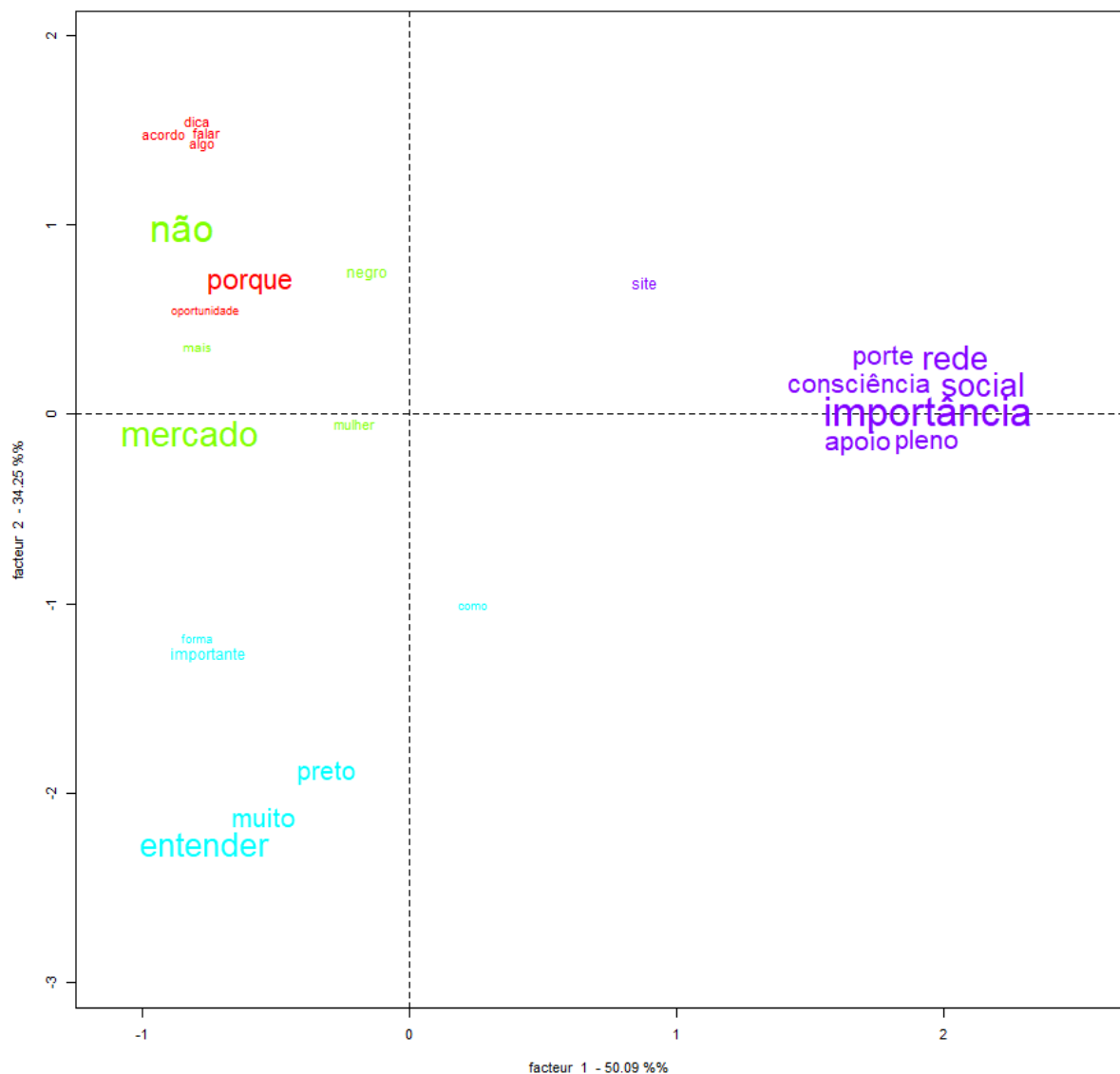
“Pois seria útil para mim e me faria ter uma visão que talvez eu **não** conheça sobre essa relação da **mulher negra** com o **mercado** de trabalho” (respondente nº 89);

“Porque sabemos que a inserção da **mulher negra** no **mercado** de trabalho **não** acontece da forma que deveria e uma plataforma como essa poderia gerar mais oportunidades” (respondente nº 58);

“Porque a **mulher negranão** tem espaço e está na hora dela construir um **mercado** só para ela” (respondente nº 20).

Outra figura gerada pelo IRaMuTeQ foi o gráfico de Análise Fatorial por Correspondência, que mostra como as classes se relacionam entre si. A palavra central da classe quatro, à direita no gráfico, é “importância”. Essa classe é a mais distante das demais e é focada na importância e no recorte racial do tema. A classe três, em azul, se relaciona rapidamente com as classes um e dois ao tocar brevemente no assunto mercado de trabalho e majoritariamente no entendimento das respondentes enquanto mulheres negras. As classes dois e um estão ligadas diretamente à temáticas como oportunidades e dificuldades de ingresso no mercado. A análise pode ser vista na Fig. 12.

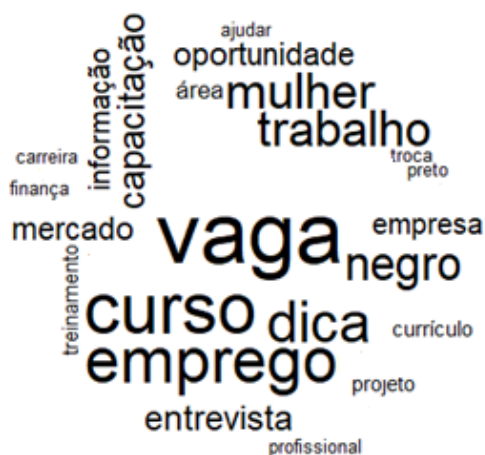
Figura 12 — Análise Fatorial por Correspondência da Pergunta 1



Fonte: Elaborado pela autora por meio do software IRaMuTeQ (2020)

Para a pergunta 2, “O que você gostaria de ver em uma plataforma digital sobre o tema? ”, decidiu-se verificar a frequência das temáticas levantadas pelas respondentes. Com o resultado, foi elaborada uma nuvem de palavras, que pode ser visto na Fig.13. O termo mais frequente (24 ocorrências) foi “vaga”. Em seguida estão as palavras “curso” (19 ocorrências), “emprego” (17 ocorrências), “dica” (15 ocorrências), “mulher” (13 ocorrências) e “negro” (12 ocorrências).

Figura 13—Nuvem de palavras da Pergunta 2



Fonte: Elaborado pela autora por meio do software IRaMuTeQ (2020)

5.2 Etapa 2: Entrevista com dirigente de plataforma digital sobre mercado de trabalho, capacitação e empreendedorismo para mulheres negras

Para entender melhor o trabalho das plataformas Afroricas foram realizadas pesquisas nas páginas da iniciativa e entrevista com diretora do projeto. A entrevista foi feita por meio de ligação em vídeo, pois era o meio acessível para a entrevistada.

Criado em 2018 pela socióloga brasileira Gabriela Safe, o Afroricas é um projeto de educação para mulheres negras, com foco no mercado de trabalho. Com auxílio do programa Negras Potências, de apoio a projetos de mulheres negras, a equipe conseguiu arrecadar verba para dar início a uma série de vídeos didáticos e acessíveis sobre o mercado de trabalho. O objetivo era incentivar e empoderar mulheres negras de todo o país. Além de Gabriela Safe, a

equipe conta com a engenheira Geórgia Barbosa (Minas Gerais), com a designer Ana Caroline Cardoso (Distrito Federal) e com a estudante, produtora e editora de vídeos Agnes Magalhães (Distrito Federal).

A primeira temporada de vídeos sobre mercado de trabalho e crescimento pessoal, realizada com a verba arrecadada, foi finalizada em setembro de 2019 e teve 26 conteúdos audiovisuais publicados no YouTube. O canal tem quatro apresentadoras diferentes e, a cada vídeo, uma delas aparece, sozinha, dando dicas sobre o tema central do material. Por vezes, eram utilizadas artes gráficas durante os vídeos, com informações chave sobre o assunto. Alguns dos temas trabalhados foram: Planejamento de Carreira, Otimização de Redes Sociais, Investimentos, Organização de Despesas e Cursos de Capacitação Gratuitos.

No YouTube, também foi publicado o quadro *Afroricas Inspiradoras*, em que mulheres negras falaram sobre experiências pessoais de sucesso em diferentes áreas: arte, comunicação, educação, saúde e moda. Outros conteúdos publicados no canal são os quadros o *DNA Gastronômico*, que apresenta mulheres negras na área da gastronomia e *Sofá Afroricas*, com debates mais profundos sobre temas que a página considera relevantes.

Além da divulgação de conteúdo sobre mercado de trabalho e empreendedorismo, o Afroricas oferece serviços. Por meio do endereço eletrônico afroricas.com.br, o projeto permite que as usuárias cadastrem seus currículos e que empresas divulguem vagas disponíveis, fazendo uma ponte entre pessoas em busca de emprego e empregadores que procuram profissionais negras.

O projeto também é co-criador de palestras e workshops sobre diversidade e inclusão étnico-racial com empresas e eventos. O serviço de consultoria sobre negritude, gênero e raça também é oferecido. Atualmente, o Afroricas é ativo no Instagram (7.662 seguidores – dados coletados em novembro de 2020), no Twitter (212 seguidores – dados coletados em novembro de 2020), no LinkedIn (1.450 seguidores – dados coletados em novembro de 2020) e no YouTube (490 inscritos – dados coletados em novembro de 2020).

Na entrevista com Gabriela Safe, buscou-se compreender quais os desafios de dirigir uma plataforma digital sobre mercado de trabalho para mulheres negras no Distrito Federal. Gabriela afirmou que a instantaneidade das redes sociais é um desafio, já que não há como garantir que o conteúdo produzido foi absorvido com sucesso pelas seguidoras da página. “A gente está liberando conteúdos que podem ajudar essas meninas, mais pedagogicamente falando. É muito difícil desenvolver um trabalho que realmente dê frutos de aprendizagem, porque não tem como garantir que esse público está acompanhando. Vou fazer 10 vídeos

sobre um tema, mas não temos noção de quantas pessoas estão assistindo isso, de qual o nível de conhecimento elas estão acessando”, afirmou a diretora.

Outro ponto extremamente enriquecedor da entrevista foi a menção ao mercado empreendedor do Distrito Federal. Gabriela afirma que firmar o Afroricas como um empreendimento está sendo uma tarefa difícil, pois o mercado no Distrito Federal não é diverso. “Acho que Brasília é muito difícil, os jovens do DF que geralmente estão formando nas federais ou em alguns particulares se veem sem muitas perspectivas do que fazer quando não querem fazer concurso público. Nossa cidade tem uma cultura muito forte de concursos públicos, nossa geração passa por muitos conflitos com a família e a cidade não te dá muitas opções de desenvolver novos negócios ou se inserir em mercado de outras empresas que já estão estabelecidas”.

Gabriela continuou: “Muita gente acha que o que vai resolver é mudar pra São Paulo, mudar para o Rio de Janeiro. Enquanto as pessoas do Distrito Federal continuarem saindo daqui para se inserir em mercados que já existem, dificilmente a gente vai construir algo novo em Brasília. É muito difícil construir coisas do zero, desenvolver novos cenários. Não acho que é uma coisa que deva vir só de empreendedores, quem deveria estar fazendo isso como política pública é o Estado. Temos essa precarização do empreendedorismo aqui, essa grande desigualdade de renda que está distribuída com as regiões administrativas”.

5.3 Etapa 3: Sugestão de plano de negócios

A terceira etapa metodológica deste projeto foi a sugestão de um plano de negócios que avalia a viabilidade de uma plataforma digital sobre as temáticas abordadas neste projeto. Futuramente, pretende-se desenvolver um plano de negócios comercial para criar, de fato, a plataforma proposta nesta pesquisa.

A metodologia utilizada foi a proposta pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2013). De acordo com a organização, o plano de negócios auxilia o empreendedor a ter um retrato das condições do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor.

Segundo o SEBRAE, de cada dez empresas formalizadas, apenas sete sobrevivem após 2 anos da abertura do negócio (SEBRAE, 2013). Por isso, planejar a abertura do empreendimento auxilia na construção de cenários e ajuda o empreendedor a promover inovações no negócio que gere. Na sugestão de plano de negócios elaborada para esta pesquisa, foram definidos

pontos como: resumo dos principais pontos do negócio, missão da empresa, setores de atividade e fonte de recursos.

Além disso, foi realizada uma análise de mercado com base nos dados da pesquisa quantitativa elaborada para este estudo. Com os números da pesquisa, foram feitas análise dos clientes e definição dos principais serviços oferecidos pela plataforma. Também foi feito planos de marketing e operacional, que traçaram as principais estratégias de promoção e comercialização dos serviços oferecidos pela plataforma e a necessidade de pessoal da empresa. Foi elaborado, ainda, um plano financeiro, que delimitou qual deve ser o investimento total para a criação da plataforma.

A sugestão de plano de negócios mostrou que a criação de uma plataforma sobre mercado de trabalho, empreendedorismo e capacitação para jovens negras do Distrito Federal é viável, mas que é interessante que haja busca por editais de incentivo, de instituições públicas ou privadas, para arrecadar a quantia estimada para o investimento total no projeto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da pesquisa quanti-qualitativa elaborada para este estudo e aplicada em 68 jovens de até 29 anos do DF, foi possível responder à pergunta de pesquisa proposta neste projeto: “Há demanda de jovens mulheres negras do Distrito Federal pela criação de uma plataforma sobre mercado de trabalho, empreendedorismo e capacitação?”. Os resultados alcançados por meio de análise de conteúdo das respostas das participantes mostram que sim, há demanda pela criação de uma plataforma sobre o tema.

A parte quantitativa da pesquisa aponta que as respondentes vivem em diversas regiões do DF, principalmente em Taguatinga, Ceilândia, Samambaia, Sobradinho e Asa Norte. A maior parte das respondentes é estudante de ensino superior ou já completou a graduação. A maior parte das respondentes trabalha, mas está no mercado informal. A maioria das entrevistadas têm acesso à internet. No futuro, pretende-se reaplicar a pesquisa presencialmente para ter um resultado mais diverso – o formulário foi aplicado virtualmente em decorrência da pandemia de Covid-19 e, por isso, foi amplamente divulgado no meio universitário, em grupos de WhatsApp e Facebook. Também se pretende, futuramente, analisar como os impactos da pandemia influenciaram o mercado de trabalho para jovens negras do Distrito Federal.

Foram analisadas as respostas de duas questões abertas. A primeira delas é: “Porque [você seguiria uma plataforma sobre mercado de trabalho]?”. As respostas das participantes mostraram que existem quatro razões principais para seguir a plataforma: importância social do tema e da construção de uma rede de apoio entre mulheres negras; para entender como é ser uma mulher negra no mercado de trabalho; para buscar oportunidades de emprego; e pela negatividade da inserção de mulheres negras no mercado de trabalho.

Os resultados demonstram que os dados sobre a inserção negativa da mulher negra no mercado de trabalho, consequência do racismo institucional (ONU Mulheres, 2016), se manifestam no cotidiano das jovens pretas e pardas do Distrito Federal. Além disso, as respostas das participantes sobre a plataforma ser uma rede de apoio entre mulheres negras demonstram o papel dos movimentos sociais nas redes, descrito por Castells (2013) como um movimento descentralizado, do qual qualquer pessoa interessada pelo tema pode participar livremente, já que não há uma liderança formal.

A segunda questão aberta analisada foi: “O que você gostaria de ver em uma plataforma sobre mercado de trabalho?”. O termo mais frequente (24 ocorrências) foi “vaga”. Em seguida estão as palavras “como” (21 ocorrências), “curso” (19 ocorrências), “emprego” (17

ocorrências), “dica” (15 ocorrências), “mulher” (13 ocorrências) e “negro” (12 ocorrências). Os resultados mostram que as respondentes gostariam de ver conteúdos sobre vagas de emprego, cursos e temáticas sobre mulheres negras.

Os resultados das duas fases da primeira etapa de procedimentos metodológicos confirmam os fatores citados no capítulo Revisão Teórica e constatados por Moura, Figueiredo e Nunes (2014). Segundo as autoras, a internet e as redes sociais são espaços para produção de conteúdo de integrantes de minorias minorizadas, nomeados pelas pesquisadoras de “novos autores”. Segundo o estudo, os novos autores contribuem, por meio da produção de material no meio digital, para a disseminação e popularização das pautas de grupos minoritários, atuando fortemente na luta contra-hegemônica.

A plataforma proposta nesta pesquisa se encaixa completamente dentro da lógica de novos autores constatada por Moura, Figueiredo e Nunes (2014), e tal aproximação pode ser observada principalmente nas respostas das participantes do questionário à pergunta 1. Ao afirmarem que seguiriam a plataforma proposta pela importância social, pela característica de rede de apoio, pelo entendimento do que é ser uma mulher preta e para enfrentar a negatividade de inserção de mulheres negras no mercado de trabalho, as participantes assumem a plataforma como espaço de quebra do silenciamento sofrido por mulheres pretas e pardas no Brasil.

De acordo com Moura, Figueiredo e Nunes (2014), esses espaços na internet contribuem para a diminuição desse silenciamento e do esquecimento coletivo das maiorias minorizadas. Conectadas digitalmente, elas têm a possibilidade de compartilhar as próprias narrativas e trocar experiências com seus semelhantes. Moura, Figueiredo e Nunes (2014, p. 198) afirmam que, na internet, essas comunidades “saem do lugar de não fonte, não voz, silenciamento, para uma posição de ‘eu posso dizer-me’, eu-individualidade e eu-coletividade”.

Na segunda etapa metodológica desta pesquisa, foi realizada entrevista com Gabriela Safe, administradora da plataforma Afroricas, que produz conteúdo educacional sobre mercado de trabalho para mulheres negras do Distrito Federal. A diretora abordou a dificuldade de estabelecer um negócio no mercado empreendedor do Distrito Federal. Ela também ressaltou a importância de buscar editais de incentivo, por meio de empresas públicas ou privadas. Os pontos levantados pela administradora sobre empreendedorismo no DF foram de extrema relevância para a terceira etapa metodológica: a sugestão do plano de negócios.

Para a sugestão do plano de negócios, foi utilizada a metodologia proposta pelo SEBRAE. Futuramente, pretende-se criar um plano de negócios comercial, em parceria com instituições ligadas ao empreendedorismo e a projetos tecnológicos, com base nos resultados deste estudo.

No plano de negócios sugerido, foram desenvolvidas as etapas de descrição do empreendimento, planos de marketing, operacional e financeiro e avaliação estratégica do empreendimento. Foram utilizados os resultados da pesquisa quanti-qualitativa para desenvolver os serviços prestados pela empresa e definir qual tipo de conteúdo é adequado para divulgação na plataforma. Os conteúdos propostos atenderam aos quatro eixos descritos pelas respondentes da pesquisa.

Com a sugestão do plano de negócios, foi observado que a criação do negócio é viável, mas que, futuramente, ao desenvolver um plano de negócios comercial, será necessário conhecimento em empreendedorismo e gestão e incentivo financeiro de instituições públicas ou privadas, por meio de edital.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AFRO PRESENÇA. Afro Presença, 2020. Empoderamento e Inclusão. Disponível em <<https://afropresenca.com.br/>>. Acesso em 11 de nov. 2020

AMBEV. **Ambev**, 2020. Programa Estágio Representa. Disponível em <<https://www.ambev.com.br/carreiras/trabalhe-conosco/programa-estagio-representa/>>. Acesso em 29 de nov. 2002.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2000.

BAYER. **Liderança Negra**, 2020. Liderança Negra. Disponível em <<https://liderancanegra.ciadetalentos.com.br/>>. Acesso em 29 de nov. 2020.

BRASIL. **Decreto-lei nº 7.967 de 18 de setembro de 1945**. Dispõe sobre a Imigração e Colonização, e dá outras providências. Rio de Janeiro, 124º da Independência e 57º da República. 1945. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1937-1946/De17967impressao.htm>. Acesso em 06 de nov. 2020.

BLOGUEIRAS NEGRAS. **Blogueiras Negras**, 2020. Quem Somos – Reinventando a tela. Disponível em <<http://blogueirasnegras.org/quem-somos/>>. Acesso em 29 de nov. 2020.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. 271 p.

CARNEIRO, Sueli. **Enegrecer o feminismo: a situação da mulher negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero**. In: ASHOKA EMPREENDIMENTOS SOCIAIS; TAKANO CIDADANIA (Org.). Racismos contemporâneos. Rio de Janeiro: Takano Editora, 2003. p. 49-58.

CARNEIRO, Sueli. **Mulheres em movimento**. Estudos Avançados, vol.17, nº49, São Paulo, set./dez., 2003.

COMPANHIA DE PLANEJAMENTO DO DISTRITO FEDERAL (CODEPLAN). **Pesquisa distrital por amostra de domicílios**. Brasília, 2018. Disponível em: <<http://www.codeplan.df.gov.br/pdad-2018/>>. Acesso em 10 de nov. 2020.

COMPANHIA DE PLANEJAMENTO DO DISTRITO FEDERAL (CODEPLAN). **O Perfil da Juventude do Distrito Federal: Uma análise dos dados da PDAD 2015 - 2016**. Brasília, 2016. Disponível em: <http://www.codeplan.df.gov.br/>. Acesso em 10 de nov. 2020.

CRENSHAW, Kimberle. **Demarginalizing the intersection of race and sex: a black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics.**

University of Chicago Legal Forum, 1989. Disponível em: <<http://chicagounbound.uchicago.edu/uclf/vol1989/iss1/8>>. Acesso em 29 de nov. 2020.

DAHL, Robert A. **Sobre a Democracia.** Brasília: Editora UnB, 2001.

DEES, Gregory J. **O significado do “empreendedorismo social”.** Duke, Carolina do Norte, Estados Unidos, 2001. Disponível em: <https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deas_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf>.

Acesso em 29 de nov. 2020.

GONZÁLES, Lélia; HASENBALG, Carlos. **Lugar de negro.** Rio de Janeiro: Editora Marco Zero Limitada, 1982.

GONZÁLES, Lélia. **Racismo e Sexismo na Cultura Brasileira.** Revista Ciências Sociais Hoje, Anpocs, 1984, p. 223-244.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Desigualdades sociais por cor ou raça no Brasil.** Rio de Janeiro. 2019. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/25844-desigualdades-sociais-por-cor-ou-raca.html?=&t=publicacoes>>. Acesso em 29 de nov. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Características gerais dos domicílios e dos moradores: 2019.** 2020. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101707>>.

Acesso em 29 de nov. 2020.

INSTITUTO ETHOS. **Perfil social, racial e de gênero das 500 maiores empresas do Brasil e suas ações afirmativas.** 2016. Disponível em: <https://issuu.com/institutoethos/docs/perfil_social_tacial_genero_500empr>. Acesso em 06 de nov. 2020.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Editora Aleph, 2009.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço.** São Paulo: Edições Loyola, 1998.

MAGAZINE LUIZA. **99Jobs.com**, 2020. Magazine Luiza. Disponível em <https://www.99jobs.com/magazine-luiza/jobs/93594-trainee-magalu-2021?preview=true>.

Acesso em 29 de nov. 2020.

MALTA, Renata Barreto; OLIVEIRA, Thaíse Batista de. **Enegrecendo as redes: o ativismo de mulheres negras no espaço virtual**. Revista Gênero, Niterói, v. 16, nº 2, p. 55-69, 2016.

MORAES, Dênis de. **Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia: A contribuição Teórica de Gramsci**. Revista Debates, Porto Alegre, v.4, n.1, p. 54-77, 2010.

MOURA, Dione Oliveira; FIGUEIREDO, Verônica; NUNES, Juliana César. Mídias sociais como plataformas contra o excesso de esquecimento coletivo. In: MOURA, Dione Oliveira; GERALDES, Elen Cristina; PEREIRA, Fábio; OLIVEIRA, Madalena, ADGHIRNI, Zélia. **Jornalismo e Literatura: aventuras da memória**. Brasília: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho e Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, 2014.

MUNANGA, Kabengele. Uma abordagem conceitual das noções de raça, racismo, identidade e etnia. In: BRANDÃO, André A. P. (org.). Cadernos PENESB, Ed. EDUFF, Rio de Janeiro, 2004.

NASCIMENTO, Abdias do. **O genocídio do negro brasileiro: processo de um racismo mascarado**. São Paulo: Perspectivas, 2016.

ONU MULHERES. **Racismo institucional: uma abordagem conceitual**. Disponível em: <http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/FINAL-WEB-RacismoInstitucional-uma-abordagem-conceitual.pdf>. Acesso em 29 de nov. 2020.

REBS, Rebeca Recuero. **O excesso no discurso de ódio dos haters**. Fórum Linguístico. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/forum/article/view/1984-8412.2017v14nespp2512>. Acesso em 12 de nov. 2020.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

SANTOS, Richard. **Campos da maioria minorizada: territórios negros**. Correio Braziliense, Brasília, 26 de set. 2020. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/opiniaao/2020/09/4878123-campos-da-maioria-minorizada-territorios-negros.html>. Acesso em 29 de nov. 2020.

SANTOS, Richard. **Sobre a maioria minorizada na pátria grande**. Revista África e Africanidades, n. 32, nov. 2019. Disponível em: <<https://africaeaficanibibliotecas.sebrae.com.br/dados/documentos/0500112019.pdf>>.

Acesso em 29 de nov. 2020.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília, 2013. Disponível em <www.bibliotecas.sebrae.com.br>. Acesso em 29 de nov. 2020.

SILVA, Rosane Leal; NICHEL, Andressa; BORCHARDT, Carlise Kolbe; MARTINS, Ana Clara Lehmann. **Discurso de ódio em redes sociais: jurisprudência brasileira**. Revista Direito GV, v.7, nº2, 2011. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/revdireitogv/article/view/23964>. Acesso em 12 de nov. 2020.

SODRÉ, Muniz. **Por um conceito de minoria**. In: PAIVA, Raquel; BARBALHO, Alexandre (Orgs.). Comunicação e cultura das minorias. São Paulo: Paulus, 2005.

UGARTE, David de. **O poder das redes: manual ilustrado para pessoas, organizações e empresas, chamadas para o ciberativismo**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

VIGOYA, Mara Viveros. **La interseccionalidad: una aproximación situada a la dominación**. Debate Feminista. v.52, pp. 1-17, 2016. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0188947816300603>>. Acesso em 11 de nov. 2020.